



## CONVENIO ENTRE LA DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO Y LA ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL (AUTOCONTROL)

En Madrid, a 14 de noviembre de 2019

### REUNIDOS

De una parte, D. Nelson Castro, Director General de Consumo, en virtud del Real Decreto 1328/2018, de 22 de octubre, por el que se le nombra Director General de Consumo.

De otra parte, D. José Domingo Gómez Castallo, en representación de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), con CIF/NIF número G-81234247, inscrita en el Registro de Asociaciones del Ministerio del Interior con el número nacional 147584 y con domicilio en la calle Príncipe de Vergara, 109, 4º, 5º y 6º, de Madrid; con poder suficiente para la firma de este Convenio, tal y como se desprende del acuerdo adoptado por la Junta Directiva de AUTOCONTROL, de 6 de octubre de 2016, y conforme se acredita mediante escritura pública de elevación a público de acuerdos y de otorgamiento de poderes, protocolizada ante el Notario de Madrid Don Juan José de Palacio Rodríguez, con el número 2.588.

### INTERVIENEN

En nombre de los organismos o entidades que representan, que serán consideradas las partes del Convenio y reconociéndose, mutuamente y respectivamente, la competencia y la capacidad jurídica suficiente para suscribir el presente Convenio y a tal efecto,

### EXPONEN

- 1.- Que la Dirección General de Consumo es el órgano al que corresponde la propuesta de regulación, en el ámbito de las competencias estatales, que incidan en la protección y la promoción de los derechos de los consumidores y usuarios; el establecimiento e impulso de procedimientos eficaces para la protección de los mismos; la cooperación institucional interterritorial en la materia; el fomento de las asociaciones de consumidores y usuarios y el apoyo al Consejo de Consumidores y Usuarios.
- 2.- Entre las competencias de la Dirección General de Consumo, conforme a lo previsto en el artículo 10 del Real Decreto 1047/2018, de 24 de agosto, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social (MSCBS), están las relativas al buen funcionamiento del mercado para la protección del consumidor y la promoción y fomento de los derechos de los consumidores y usuarios. Asimismo, corresponde a esta Dirección General la preparación de



acciones judiciales en defensa de los intereses generales de los consumidores, de conformidad con lo previsto en la legislación vigente. Adicionalmente, se encomienda a esta Dirección General el impulso y participación en el seguimiento de los códigos de autorregulación que se acuerden en materia de publicidad, especialmente dirigidos a menores, y cualquier otro que se adopten para la mejora de los bienes y servicios prestados a los consumidores y usuarios.

- 3.- Que a nivel europeo, estatal y autonómico, se viene observando una destacable evolución hacia esquemas de decidido fomento de los mecanismos de autorregulación y corregulación, como complemento de los tradicionales instrumentos legales, administrativos y/o judiciales, existentes en los Estados miembros de la Unión Europea, sin que suponga merma alguna a las capacidades de intervención disciplinaria de las Administraciones Públicas. En este sentido, la autorregulación publicitaria es una importante vía -complementaria de la administrativa y judicial- para llevar a cabo un eficaz control de la publicidad.

El artículo 37 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, reconoce y fomenta los códigos de conducta y los sistemas de autorregulación. A tal efecto, establece que dichos sistemas deberán contar con órganos y procedimientos independientes para la resolución de reclamaciones pudiendo desarrollar también medidas individuales o colectivas de autocontrol previo de los contenidos publicitarios.

- 4.- En España existe, desde 1996, una organización de autodisciplina publicitaria, denominada Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), miembro de la European Advertising Standards Alliance (EASA). Se trata de una asociación sin ánimo de lucro que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España, y cuyo objetivo es contribuir a que la publicidad difundida por todos los medios, incluido Internet, constituya un instrumento particularmente útil en el proceso económico, velando por el respeto a la ética publicitaria, los derechos de los consumidores, así como la normativa en materia de protección de datos y privacidad, con exclusión de la defensa de intereses profesionales. Para ello, AUTOCONTROL cuenta con diversas herramientas, entre otras:

- i. la elaboración de códigos de ética publicitaria;
- ii. la resolución de las reclamaciones planteadas contra la publicidad presuntamente ilícita o desleal;
- iii. la revisión previa de campañas publicitarias (Copy Advice®), con el objeto de que éstas se adecuen a la normativa vigente; y
- iv. la colaboración activa con los poderes públicos para conseguir que la publicidad se ajuste a las normas por las que se rige.

Para la resolución de las reclamaciones contra la publicidad presuntamente ilícita o desleal, AUTOCONTROL cuenta con un organismo independiente: el Jurado de la Publicidad, que ha obtenido el reconocimiento público como entidad de resolución



alternativa de litigios (Alternative Dispute Resolution o ADR, en inglés), una vez acreditado el cumplimiento de los principios de independencia, imparcialidad, transparencia, eficacia, rapidez y equidad, establecidos en la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.

Con este reconocimiento, el Jurado de AUTOCONTROL se ha convertido en la primera entidad privada acreditada por la Dirección General de Consumo, dependiente del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social (MSCBS). Asimismo, con este reconocimiento, el Jurado de la Publicidad ha pasado a formar parte del Listado unificado de entidades de resolución de litigios en materia de consumo acreditadas, de la Comisión Europea; y de la Plataforma de resolución de litigios en línea, establecida por la Unión Europea.

La cuarta parte de los miembros del Jurado son designados a propuesta de la Dirección General de Consumo y de Asociaciones de Consumidores miembros del Consejo de Consumidores y Usuarios.

- 5.- El 13 de enero de 1999, el Instituto Nacional de Consumo y la entonces Asociación de Autocontrol de la Publicidad (hoy, AUTOCONTROL) firmaron un Convenio en virtud del cual se establecía un marco de relación que permitía la cooperación mutua en el seguimiento de la publicidad y la detección, corrección y supresión de la publicidad incorrecta. Posteriormente, el 2 de enero de 2007, ambas entidades suscribieron un nuevo Convenio para el fomento de la autorregulación de la actividad publicitaria. Ambos convenios han venido desplegando sus efectos hasta la fecha, de forma satisfactoria.
- 6.- En atención a lo expuesto, las partes consideran que es conveniente mantener y reforzar el marco de relación entre la Dirección General de Consumo y AUTOCONTROL establecido en virtud del Convenio y de los anteriormente citados, de tal manera que, sin menoscabo de las competencias de la Dirección General, se siga llevando a cabo una cooperación mutua en el seguimiento de la publicidad y en la detección, corrección y supresión de las comunicaciones comerciales incorrectas. Dicha colaboración seguirá contribuyendo a un mejor desarrollo de la actividad publicitaria en beneficio de los consumidores y del mercado.

## **ESTIPULACIONES**

### **PRIMERA.- OBJETO DEL CONVENIO.**

El presente Convenio tiene por objeto reforzar el marco de colaboración establecido entre la Dirección General de Consumo y AUTOCONTROL que, sin menoscabo de las competencias de la primera, permita la cooperación mutua en el seguimiento de la publicidad de bienes y servicios difundidos en cualesquiera medios y formatos, y la detección, corrección y supresión de publicidad incorrecta.



El Convenio y las actuaciones que de él deriven no pueden perjudicar ni menoscabar las competencias y funciones que corresponden a la citada Dirección General, ni suponen la atribución de funciones de ésta a la entidad AUTOCONTROL.

Con carácter previo a la suscripción del presente Convenio, se ha elaborado la oportuna memoria justificativa, en la que se analiza la necesidad y oportunidad del Convenio y el carácter no contractual de la actividad que constituye su objeto, así como el cumplimiento del resto de requisitos determinados por la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público.

## **SEGUNDA.- COMPROMISO DE LAS PARTES.**

### **1. ACTUACIONES QUE ASUME LA DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO**

- 1.1. Sin perjuicio ni menoscabo de sus competencias, y tanto con carácter previo a la iniciación de cualquier actuación administrativa o judicial en materia de comunicaciones comerciales, como durante su tramitación, la Dirección General de Consumo podrá solicitar a AUTOCONTROL información acerca de si una determinada comunicación comercial ha obtenido un informe positivo en el marco de un procedimiento de consulta previa o Copy Advice®, así como si ha sido objeto de un procedimiento de resolución de controversias en el seno del Jurado de la Publicidad.
- 1.2. Sin perjuicio ni menoscabo de sus competencias, la Dirección General de Consumo, podrá poner en conocimiento de AUTOCONTROL una concreta comunicación comercial para que esta Asociación lo tramite de oficio ante el Jurado de la Publicidad, conforme a sus procedimientos de autorregulación.
- 1.3. En los procedimientos iniciados en el ámbito competencial de la Dirección General de Consumo, relacionados con comunicaciones comerciales concretas que se hubieren sometido a las decisiones de AUTOCONTROL, para valorar la diligencia exigible de los responsables de esas comunicaciones comerciales, se podrá tener en cuenta que se han sometido a esas decisiones
- 1.4. La Dirección General de Consumo podrá remitir a AUTOCONTROL información sobre las actuaciones que lleve a cabo o las resoluciones que adopte en relación con publicidad.
- 1.5. La Dirección General de Consumo, a solicitud de AUTOCONTROL, podrá cooperar para la emisión de dictámenes, estudios, proyectos y resoluciones relacionados con los objetivos de la Asociación y sobre cuestiones que afecten a la autorregulación y el control deontológico de la actividad publicitaria.
- 1.6. La Dirección General de Consumo dará su apoyo a la actividad autorreguladora desarrollada por AUTOCONTROL, a través de su Centro de Información y Documentación de Consumo (CIDOC), de acuerdo con la programación de actividades existente. Asimismo, dará respuesta a las consultas que, sobre interpretación de la normativa vigente le pueda formular AUTOCONTROL.
- 1.7. La Dirección General de Consumo podrá consultar a AUTOCONTROL, en los términos legalmente previstos para el trámite administrativo de consulta previa, sobre aquellos proyectos normativos que afecten a la regulación de la actividad publicitaria.



- 1.8. La Dirección General de Consumo colaborará con AUTOCONTROL, a solicitud de esta, suministrándole, cuando disponga de ellos, copias de anuncios.
2. ACTUACIONES QUE ASUME LA ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL (AUTOCONTROL)
  - 2.1. En los casos en los que la Dirección General de Consumo solicite a AUTOCONTROL información acerca de si una determinada comunicación comercial ha obtenido un informe positivo en el marco de un procedimiento de consulta previa o Copy Advice®, o si ha sido objeto de un procedimiento de resolución de controversias en el seno del Jurado de la Publicidad, AUTOCONTROL procederá a trasladar a la Dirección General de Consumo, una copia de las correspondientes decisiones, las cuales, en su caso, podrán ser incorporadas al expediente.
  - 2.2. En los casos en que la Dirección General de Consumo, sin menoscabo alguno de sus competencias, decida, instar a que el Jurado de la Publicidad actúe sobre una comunicación comercial, conforme a los procedimientos establecidos en su Reglamento, AUTOCONTROL dará traslado a la Dirección General de Consumo del resultado de las actuaciones, las cuales, en su caso, podrán ser incorporadas al expediente. En concreto:
    - 2.2.1. En los casos en los que el medio o anunciante reclamado haya aceptado la reclamación con compromiso de cese de la comunicación comercial cuestionada, se informará por AUTOCONTROL de dicha aceptación a la Dirección General de Consumo-
    - 2.2.2. En los casos en los que el medio o anunciante reclamado esté sometido o se someta al Jurado de la publicidad, se informará de la resolución que el Jurado adopte a la Dirección General de Consumo para su conocimiento.
    - 2.2.3. En los casos en los que el reclamado, no estando sometido al procedimiento ante el Jurado, rechace dicho procedimiento y por tanto este no haya podido cerrar de forma definitiva el caso emitiendo una resolución, el Jurado remitirá un Dictamen no vinculante en el que manifieste su opinión sobre la corrección de la comunicación comercial reclamada, a los efectos oportunos.
  - 2.3. AUTOCONTROL mantendrá regularmente informada a la Dirección General de Consumo de cuantas resoluciones adopte el Jurado de la Publicidad, enviándole copia de las mismas.
  - 2.4. AUTOCONTROL podrá comunicar a la Dirección General de Consumo cualquier conducta ilícita que conozca en materia de publicidad de bienes y servicios.
  - 2.5. Para asegurar la presencia del Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL, de miembros con extracción del ámbito de la defensa del consumidor, AUTOCONTROL nombrará en cada sección un miembro que haya sido seleccionado por una Comisión, constituida a tal fin, por dos representantes de la Dirección General de Consumo y dos representantes de AUTOCONTROL. Se invitará a sumarse a esta Comisión a dos representantes del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU). Estos miembros del Jurado tendrán idénticos derechos



y deberes que el resto de sus componentes de forma que su imparcialidad e independencia queden aseguradas.

2.5.1. AUTOCONTROL, a solicitud de la Dirección General de Consumo, colaborará con esta en todas aquellas cuestiones relacionadas con la regulación de la actividad publicitaria y el control de la publicidad dirigida a los consumidores.

### 3. OBLIGACIONES QUE ASUMEN AMBAS PARTES

3.1. La Dirección General de Consumo y AUTOCONTROL, al amparo de este Convenio, podrán organizar y llevar a cabo cuantas acciones de divulgación, formación o estudio consideren convenientes de común acuerdo. Entre otras acciones, se podrán promover o realizar análisis y estudios sobre el cumplimiento de la normativa legal y deontológica en materia de publicidad.

#### **TERCERA.- COMISIÓN DE SEGUIMIENTO DEL CONVENIO.**

A los efectos de seguimiento y control del presente Convenio, se crea una Comisión de Seguimiento, que será designada por los signatarios del presente Convenio, que se reunirá semestralmente y estará formada por dos representantes de la Dirección General de Consumo, otros dos de AUTOCONTROL, y presidida por el Director General de Consumo, actuando de Secretaría uno de los representantes de AUTOCONTROL.

En el seno de dicha Comisión de Seguimiento, que funcionará como foro de cooperación y seguimiento de los compromisos del presente Convenio, AUTOCONTROL mantendrá puntualmente informada a la Dirección General de Consumo acerca de su actividad en materia de control de las comunicaciones comerciales dirigidas a los consumidores.

La Comisión de Seguimiento podrá actuar bien mediante reuniones presenciales, o por los medios telemáticos y/o electrónicos oportunos.

El régimen de funcionamiento y organización de la Comisión de Seguimiento, en lo no previsto, será el dispuesto para los órganos colegiados en la Sección 3ª del Capítulo II del Título Preliminar de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

#### **CUARTA.- DESARROLLO DEL CONVENIO.**

El presente Convenio podrá ser objeto, en su caso, de desarrollo y concreción por medio de convenios específicos de desarrollo del mismo formalizados por escrito; si no disponen otra cosa, éstas tendrán la misma consideración jurídica y los mismos efectos vinculantes que este Convenio.

#### **QUINTA.- MODIFICACIÓN DEL CONVENIO.**

La modificación del Convenio requerirá acuerdo unánime y por escrito de los firmantes, que se formalizará en Adenda, suscrita a dichos efectos.