

BUENAS PRÁCTICAS EN LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS

**Guía para anunciantes y
agencias responsables**

Una iniciativa de Presidentex

Con la colaboración de: Academia de la Publicidad · IAA Spain

Guía para una planificación y compra responsable de publicidad en medios

1

Priorizar medios publicitarios responsables

Seleccionar medios y soportes que aseguren un entorno fiable, ético y transparente para anunciantes, audiencia y sociedad. Evaluar su compromiso con la integridad informativa, la sostenibilidad y la responsabilidad social.

2

Exigir medidas de Brand Safety

Asegurar que los anuncios no se asocien con contenido inadecuado o perjudicial. Utilizar herramientas de control e identificación del contexto, y evitar financiar sitios con discursos de odio o que puedan vulnerar la salud mental.

3

Garantizar transparencia y verificación de métricas

Invertir en medios que ofrezcan mediciones realizadas y auditadas por terceros, evitando los datos manipulados u opacos. Buscar, además, garantías de visibilidad real, así como de finalización de los anuncios.

4

Combatir el fraude publicitario

Evitar medios que obtengan tráfico artificial mediante *bots* o impresiones falsas. Apostar por proveedores certificados contra el fraude y exigir verificaciones de inventario publicitario.

5

Aplicar principios de ética en el uso de datos

Respetar la privacidad del usuario, evitando el abuso de datos personales y la hipersegmentación invasiva. Exigir políticas claras de consentimiento informado y protección de menores.

Guía para una planificación y compra responsable de publicidad en medios

6 Apoyar el periodismo responsable

Invertir en medios que promuevan una información veraz, contrastada y que esté libre de manipulación. Evitar la financiación indirecta de sitios que difundan noticias falsas o bulos.

7 Fomentar la publicidad accesible y de calidad

Asegurar que los anuncios sean comprensibles y accesibles para toda la audiencia, incluyendo subtítulo, audiodescripción y adaptaciones para personas con discapacidad.

8 Exigir plataformas con controles efectivos contra la desinformación

Apostar por medios y plataformas que implementen mecanismos para detectar y frenar, de forma eficaz, la propagación de contenidos engañosos, financiados con publicidad.

9 Garantizar la protección de menores

Asegurar que los anuncios cumplen con regulaciones para evitar la exposición de niños y adolescentes a publicidad inadecuada o manipulativa.

10 Evaluar la trazabilidad de la inversión publicitaria

Priorizar medios que permitan conocer dónde se muestra la publicidad, a qué tipo de contenidos se vincula, y cómo se invierte cada euro, evitando redes opacas o de baja calidad.