

La publicidad utilizada por **GRUPO SEGUR** atenderá en todo momento a la legalidad, en particular los requisitos establecidos por la Ley 34/1988 General de Publicidad y posteriores modificaciones.

La dignidad de la persona, los derechos y valores de la Constitución se respetarán por encima de todo.

La publicidad debe evitar todo aquello que lesione los conceptos y valores esenciales de la sociedad como son, entre otros:

- a) las personas,
- b) la familia,
- c) la patria, sus símbolos y próceres,
- d) las normas legales vigentes,
- e) las autoridades,
- f) las instituciones,
- g) las religiones,
- h) el patrimonio cultural y las tradiciones,
- i) el trabajo.

En consecuencia, la publicidad no debe contener expresiones o representaciones, visuales o auditivas, ni alusiones impropias que:

1. Ofendan la moral o las buenas costumbres prevalecientes en la sociedad y en las comunidades que la componen.
2. Ofendan a la patria, a las naciones, sus símbolos, próceres y autoridades.
3. Ofendan en cualquier modo a las instituciones, cualquiera sea su género o composición.
4. Ofendan los sentimientos religiosos.
5. Estimulen actividades ilícitas y el desacato a las leyes y autoridades.
6. Estimulen cualquier forma de discriminación.

No se hará publicidad engañosa, entendiendo como tal cualquier forma de presentación de los servicios ofrecidos que pueda inducir a error pudiendo afectar al destinatario en su comportamiento económico o perjudicar a la competencia.

No se hará una publicidad desleal que pueda provocar el descrédito, denigración o menosprecio directo o indirecto de cualquier otra empresa o marca.

La publicidad subliminal es aquella que no es percibida conscientemente por el destinatario, este tipo de publicidad esta totalmente prohibida.


GRUPO SEGUR, nunca realizará publicidad que pueda perjudicar al medio ambiente o al entorno social.

GRUPO SEGUR promoverá la sostenibilidad, los buenos valores y costumbres.

Fomentara la accesibilidad de los mensajes publicitarios a todos los colectivos, especialmente a las personas con discapacidad.

Cualquier indicio de incumplimiento de los Principios de Publicidad Responsable será comunicado a la Dirección de Gestión Ética, que investigará el mismo, retirando dicha publicidad hasta que se determine su conformidad con dichos principios.

Sin perjuicio de las responsabilidades legales procedentes, la violación de los Principios de Publicidad, será objeto de las medidas correctivas oportunas, determinando en caso de incumplimiento, las sanciones correspondientes a los trabajadores implicados.



Ignacio Suarez García
Consejero Delegado
Fecha: 30/06/2014