

## **ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA CONTRA GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.U. SOBRE EL ANUNCIO PUBLICITARIO DE PRODUCTOS “KIJIMEA” EN RELACIÓN CON LA ADECUACIÓN A LO ESTABLECIDO EL ARTÍCULO 123.2 DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

(IFPA/DTSA/088/25/MEDIASET/KIJIMEA)

### **CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

#### **Presidente**

D. Ángel García Castillejo

#### **Consejeros**

D. Josep Maria Salas Prat

D. Carlos Aguilar Paredes

D.<sup>a</sup> María Jesús Martín Martínez

D. Enrique Monasterio Beñaran

#### **Secretaria**

D.<sup>a</sup> María Ángeles Rodríguez Paraja

En Madrid, a 18 de septiembre de 2025

Vista la reclamación presentada por un particular contra **GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.U.** (en adelante **MEDIASET**), la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** adopta el siguiente acuerdo:

## I. ANTECEDENTES

### Primero.- Denuncia presentada

Con fecha 22 de junio de 2025 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) una reclamación de un particular, en relación con la emisión de una comunicación comercial relativa a la marca “KIJIMEA”, con fecha 5 de junio de 2025, a las 23:59 horas, aproximadamente, sin concretar el servicio de comunicación audiovisual o prestador del servicio de comunicación audiovisual que emitió dicha pieza.

Esta reclamación hace referencia a la emisión de una comunicación comercial sobre el producto “KIJIMEA COLON IRRITABLE PRO” que *“da información errónea sobre el colon irritable...según el anuncio dice que el colon irritable son pequeñas lesiones en el intestino...no es correcto...el color irritable es consecuencia de estrés, nervios”*

La reclamación, en síntesis, plantea que la emisión de este tipo de contenido audiovisual estaría fomentando comportamientos nocivos para la salud, incumpliendo con lo previsto en el artículo 123.2 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA) relativo a las obligaciones en materia de comunicaciones comerciales audiovisuales.

### Segundo.- Informe de Autocontrol

La Disposición Adicional Decimoséptima de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC (en adelante, LCNMC) bajo el título *“Fomento de la correulación publicitaria”* establece que la CNMC podrá firmar acuerdos de correulación que coadyuven al cumplimiento de las obligaciones, las prohibiciones y los límites al ejercicio del derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales.

De esta forma, la CNMC, en su acción de fomento de la correulación publicitaria, en junio de 2023 suscribió *“Convenio con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, Autocontrol, para el fomento de la correulación sobre comunicaciones comerciales en servicios de comunicación audiovisual”*<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Disponible en: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2023-16061](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2023-16061)

Según este Convenio, la CNMC reconoce la utilidad de la autorregulación de la publicidad televisiva y, en particular valora positivamente el sistema de consulta previa para la publicidad televisiva, gestionado por AUTOCONTROL, que tramitará y resolverá las reclamaciones en materia de publicidad conforme a las normas y procedimientos establecidos en el Reglamento del Jurado de la Publicidad

En relación con la publicidad reclamada y de conformidad con el Acuerdo señalado, con fecha 8 de julio de 2025 esta Asociación informó, a requerimiento de la Dirección de Telecomunicaciones y Sector Audiovisual, que en octubre de 2024 se emitió Copy Advice® positivo, con observaciones relativas a los efectos para el consumidor y a la presencia de la figura de la investigadora. Además, al tratarse de un producto sanitario, el anuncio cuenta con la preceptiva autorización (Control previo sanitario o CPS) otorgada por la autoridad sanitaria de comunidad autónoma competente.

## II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

### PRIMERO. – Habilitación competencial

El artículo 1 de la LCNMC, establece su competencia para “*garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios*”, para lo que ejercerá sus funciones “*en relación con todos los mercados o sectores económicos*”.

En este sentido, el artículo 9 de la LCNMC reconoce la competencia de esta Comisión en materia de “*supervisión y control del correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual*”.

Asimismo, de conformidad con lo previsto en el apartado 10 del artículo 9 de la LCNMC corresponde a esta Comisión “*controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal, de conformidad con el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual*” (en adelante, LGCA).

Por ello, de conformidad con lo anterior, esta Comisión es competente para conocer acerca de la reclamación formulada, dado que la misma se encuadra en lo relativo al control de contenidos audiovisuales, ámbito sobre el que esta Comisión despliega sus competencias.

Atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la LCNMC y los artículos 8.2.j) y 14.1.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado mediante el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, el órgano decisorio competente para dictar la presente resolución es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

## **SEGUNDO. – Marco jurídico**

El canal TELECINCO se emite en España por el prestador MEDIASET, establecido en España, según consta en el Registro de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual<sup>2</sup>, por lo que, de conformidad con la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual<sup>3</sup> y la LGCA, está sometido a la supervisión de esta Comisión.

En España, la regulación de las comunicaciones comerciales en los servicios de comunicación audiovisual televisivo se encuentra recogida fundamentalmente en el capítulo IV del título VI de la LGCA.

En concreto, es especialmente relevante lo que establece el artículo 123.3, sobre comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten comportamientos nocivos para la salud: *“Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de medicamentos y productos sanitarios que no respete los límites previstos en la normativa reguladora de la publicidad y actividades relacionadas con la salud y, en todo caso, la comunicación comercial audiovisual de productos, materiales, sustancias, energías o métodos con pretendida finalidad sanitaria que no respete lo previsto en el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria”*.

---

<sup>2</sup> <https://sedeaplicaciones.mineco.gob.es/RuecaConsultas/Prestadores.aspx>

<sup>3</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32018L1808>

### III. VALORACIÓN DE LA RECLAMACIÓN

En el ejercicio de las facultades de control y supervisión determinadas en el artículo 9 de la LCNMC se ha procedido a analizar la publicidad reclamada, emitida en el canal TELECINCO por el prestador del servicio de comunicación audiovisual MEDIASET, a fin de comprobar el grado de cumplimiento de las condiciones establecidas por la legislación audiovisual vigente, en relación con el cumplimiento de la normativa aplicada a las comunicaciones comerciales.

La LGCA define, en el apartado 5 del artículo 2 a los servicios de comunicación audiovisual televisivo lineal, como aquellos que se prestan para el visionado simultáneo de programas y contenidos audiovisuales sobre la base de un horario de programación. Además, se emitirán en abierto aquellos servicios cuya recepción se realiza sin contraprestación por parte del usuario, de conformidad con lo señalado en el apartado 11 del citado artículo. Por tanto, el canal TELECINCO constituye un servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal y en abierto, tal y como consta recogido en su inscripción registral en el Registro Estatal de Prestadores Audiovisuales.

En el ejercicio de las facultades de supervisión y control que le atribuye a este organismo el artículo 9 de la LCNMC, se ha analizado la publicidad reclamada relativa al producto “KIJIMEA COLON IRRITABLE PRO”, perteneciente a la empresa *Synformulas GMBH*.

Si bien en la fecha y hora señaladas en la reclamación no se ha podido localizar la pieza publicitaria objeto de análisis, se ha podido comprobar que la misma se ha emitido en el canal “TELECINCO” con fecha 7 de julio de 2025 a las 15:41 horas, aproximadamente. El anuncio publicitario controvertido obedece a la siguiente descripción:

En un primera imagen aparece una mujer, identificada como “*Investigadora del departamento de I+D Synformulas*” que señala una pantalla en la que aparecen varios términos (Flatulencias, diarrea y dolor abdominal). Después se muestra una simulación de colon dañado con pequeñas lesiones en su pared y como actuaría el producto. También se observa en dos ocasiones el envase del producto promocionado en el que se puede leer: “*Kijimea Colon Irritable Pro. Para el tratamiento del colon irritable con los síntomas característicos como estreñimiento, diarrea, dolor abdominal, flatulencia e hinchazón abdominal. Producto sanitario*”. Al final del anuncio se sobreimpresiona: “*Se requiere un primer diagnóstico médico del colon irritable. Estos productos cumplen con la normativa vigente sobre los productos sanitarios CPSP22084CAT*”. Durante el anuncio se escucha la siguiente locución, que aparece también sobreimpresionada (además se muestra traducción del anuncio a lenguaje de

signos): *“¿Sufre a menudo de flatulencias, diarrea o dolor abdominal? Puede padecer de colon irritable. Una posible causa, pequeñas lesiones en la pared intestinal. Kijimea Colon Irritable Pro ayuda eficazmente. Kijimea Pro se adhiere a la pared intestinal deteriorada como un parche. Kijimea Colon Irritable Pro, como un parche para el colon irritable”*. Su duración es de 20 segundos.

El artículo 123.2 de la LGCA, prohíbe aquellas comunicaciones comerciales audiovisuales de medicamentos y productos sanitarios que no respeten los límites previstos en la normativa reguladora de la publicidad y actividades relacionadas con la salud.

A este respecto, cabe señalar que el artículo 158.16 de la LGCA considera infracción grave: *“El incumplimiento de las prohibiciones y límites establecidos para las comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten comportamientos nocivos para la salud, previstas en el artículo 123”*.

Por otra parte, tal y como se ha señalado con anterioridad, en octubre de 2024 Autocontrol emitió, sobre esta pieza publicitaria, informe de Copy Advice® positivo con observaciones relativas a los efectos para el consumidor y a la presencia de la figura de la investigadora. Además, al tratarse de un producto sanitario, el anuncio cuenta con la preceptiva autorización (Control previo sanitario o CPS) otorgada por la autoridad sanitaria de la comunidad autónoma competente (en este caso, por la Generalitat de Catalunya).

En el caso de la comunicación comercial del producto “KIJIMEA COLON IRRITABLE PRO”, la reclamante señala que el colon irritable no tiene por causa las pequeñas lesiones en el intestino, sino que es consecuencia del estrés y nervios. Sin embargo, la pieza publicitaria indica, por una parte, que la presencia de síntomas tales como flatulencias, diarrea o dolor abdominal puede tener su origen en síndrome de colon irritable, y por otra, que una posible causa de ese trastorno sería debida a la presencia de pequeñas lesiones en la pared intestinal. Por tanto, en ambos casos habla de una posibilidad, no de que sea la única razón o motivo, por lo que se entiende que no se descartan otras causas. De hecho, en el anuncio se especifica que se requiere un primer diagnóstico médico.

Así pues, a juicio de esta Comisión, cabe concluir que no se aprecian indicios suficientes que justifiquen la apertura de un procedimiento administrativo sancionador por supuesta vulneración de lo dispuesto en el artículo 123.2 de la LGCA.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

## ACUERDA

**ÚNICO.** – Archivar la reclamación recibida contra GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.U.

Comuníquese este Acuerdo a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, publíquese en la página web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ([www.cnmc.es](http://www.cnmc.es)) y notifíquese a:

GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.U.

*Comuníquese al denunciante*

Con este acuerdo se agota la vía administrativa, si bien cabe interposición de recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.