

## CAPÍTULO I. Políticas

Las políticas de la mutualidad tienen por objetivo alinear a los trabajadores y, en general, las operaciones de la entidad, con las directrices generales establecidas y aprobadas por el directorio.

En este sentido, se considerará buena práctica que sea el directorio, como responsable de su gobierno corporativo, el que apruebe y conozca el nivel de cumplimiento de sus políticas.

Asimismo, se considerará buena práctica que toda política tenga asociados procedimientos establecidos en los respectivos manuales, que traduzcan las distintas directrices a un nivel operativo, incluyendo actividades y controles particulares y que sean aprobados en alguna instancia formal que la propia mutualidad determine.

Cuando se apruebe o modifique una política, el texto deberá ser remitido a la Superintendencia de Seguridad Social, de acuerdo con los plazos establecidos en el [Anexo N°31 "Calendario de envío de los archivos del sistema GRIS"](#), de la Letra C, Título II, del Libro IX. El mecanismo de transmisión será mediante un sitio de control que la Superintendencia de Seguridad Social pondrá a disposición para esos efectos, cuyas instrucciones serán presentadas en el sitio web SUSESO, en el link denominado '[GRIS Mutuales](#)'.

Es recomendable que en las políticas se consideren los siguientes aspectos:

- a. Objetivos;
- b. Roles y responsabilidades: se deben definir las obligaciones y responsabilidades de las diferentes personas, estamentos, gerencias o unidades que participan en el proceso materia de la política;
- c. Procedimiento de aprobación: se debe incluir el procedimiento de aprobación y actualización de la política, indicando la periodicidad e instancia de revisión, y

En el caso de los manuales es relevante que estos consideren los siguientes elementos:

- a. Las etapas de los procesos y actividades involucradas, y
- b. Las autorizaciones, límites, criterios y todos aquellos elementos que sean necesarios para llevar a cabo los procesos involucrados.

### **1. Política de gestión de riesgos**

(...)

### **2. Política de prevención de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales**

(...)

### **3. Política de compras**

(...)

#### **4. Política general para la afiliación o mantención de entidades empleadoras**

(...)

#### **5. Política de inversiones**

(...)

#### **6. Política contable prudencial**

(...)

#### **7. Política de compensaciones**

(...)

#### **8. Política gestión anti fraudes**

Ver modificación

(...)

#### **9. Política de seguridad de la información**

(...)

#### **10. Política de continuidad operacional**

(...)

#### **11. Política de gestión del riesgo reputacional**

(...)

#### **12. Política de gestión del cumplimiento corporativo**

(...)

#### **13. Política de marketing, publicidad, patrocinio o auspicio**

La mutualidad deberá establecer y aprobar la implementación de una política de marketing, publicidad, patrocinio o auspicio, destinada a definir los lineamientos estratégicos y elementos esenciales sobre los cuales se deberán organizar los procesos específicos asociados a estas materias. Para tales efectos, las mutualidades deberán adaptar sus procesos para cumplir con las directrices establecidas por el directorio

quien será el responsable tanto de su aprobación como de su implementación efectiva. La política deberá, además, ajustarse a la normativa que establezca la Superintendencia sobre estas materias.

Tales procesos, deberán estar debidamente documentados en un manual de marketing, publicidad, patrocinio o auspicio, el cual establecerá como compromiso fundamental la promoción del seguro social de la Ley N°16.744. En dicho manual se deberá describir el tratamiento, las etapas, los criterios, las autorizaciones y todos aquellos elementos que sean necesarios para llevar a cabo los procesos. Los requisitos mínimos que este manual debe contemplar son los siguientes:

a) Planificación: Consiste en proyectar los objetivos y las actividades a realizar dentro de un periodo de tiempo determinado.

b) Transparencia: Se refiere a dar a conocer a la ciudadanía su política de marketing, publicidad, patrocinio o auspicio, en sus respectivas sitios web.

c) Conflictos de interés: Comprende el establecimiento de lineamientos para asegurar la imparcialidad de los procesos en esta materia, haciendo prevalecer el interés general del Seguro social por sobre los intereses particulares.

d) Selección de procedimientos: Se refiere a determinar el contenido y los mecanismos de difusión

e) Criterios y mecanismos de evaluación

f) Control de contenido en el sentido de referirse a materias relacionadas con el seguro laboral de la ley N°16.744.

g) Autorizaciones que requieran para llevar a cabo las distintas actividades de marketing, publicidad, patrocinio o auspicio

h) Evaluación de pertinencia, límite del gasto, beneficios y riesgos de la acción a publicitar, en el contexto de la ley N°16.744.

LIBRO VIII. ASPECTOS FINANCIERO CONTABLE TÍTULO IV. Información Financiera A. Estados Financieros de las Mutualidades CAPÍTULO II. Estados Financieros 2. Estado de Resultados Consolidado por Función

---

## 2. Estado de Resultados Consolidado por Función

### **41000 TOTAL INGRESOS ORDINARIOS**

(...)

### **41010 Ingreso por cotización básica**

(...)

### **41020 Ingreso por cotización adicional**

(...)

### **41040 Intereses, reajustes y multas por cotizaciones**

(...)

**41050 Rentas de inversiones financieras que respaldan reservas**

(...)

**41060 Ventas de servicios médicos a terceros**

(...)

**41070 Otros ingresos ordinarios**

(...)

**42000 TOTAL EGRESOS ORDINARIOS**

(...)

**42010 Subsidios**

(...)

**42020 Indemnizaciones**

(...)

**42030 Pensiones**

(...)

**42040 Prestaciones médicas**

(...)

**42050 Prestaciones preventivas de riesgos**

(...)

**42060 Funciones técnicas**

(...)

**42070 Variación de los capitales representativos de pensiones vigentes**

(...)

**42080 Variación de la reserva por prestaciones médicas por otorgar**

(...)

**42090 Variación de la reserva por subsidios por pagar**

(...)

**42100 Variación de la reserva por indemnizaciones por pagar**

(...)

**42110 Variación de la reserva de siniestros ocurridos y no reportados**

(...)

**42120 Variación de la reserva adicional por insuficiencia de pasivos**

(...)

**42130 Costo de prestaciones médicas a terceros**

(...)

**42140 Pérdidas en inversiones financieras que respaldan reservas**

(...)

## 42150 Gastos de administración

Deberán imputarse a este ítem todos los gastos generados por la Administración Superior de las mutualidades, además de aquellos generados en otros niveles jerárquicos que no forman parte de la Administración Superior, pero que por su naturaleza corresponde imputarlos a la Administración de las mutualidades; sólo podrán excluirse aquellos gastos que sean directa o indirectamente identificables o cargables a las funciones definidas en los ítems de "Prestaciones médicas", "Prestaciones preventivas de riesgos" y los destinados al pago de las funciones técnicas.

Por Administración Superior, se entenderá a aquellos niveles jerárquicos de las mutualidades conformados por:

- Directorio
- Presidente del Directorio
- Gerente General
- Fiscal
- Contralor o Auditor Interno
- Gerentes de Divisiones o Áreas

Además de los desembolsos generados por la Administración Superior, corresponde que se imputen los gastos que generen sus colaboradores directos no identificados dentro de la estructura jerárquica de la mutualidad. Para efectos de imputación de los gastos, deben excluirse aquellos generados por las Gerencias de Prevención de Riesgos y de Salud.

Asimismo, corresponderá imputar, conforme al criterio de prorrateo utilizado por la mutualidad, los gastos generados por las Gerencias Regionales, Zonales, de Sucursales y de las Agencias u otras similares. En todo caso, el porcentaje de gasto prorrateable a gastos de administración no puede ser inferior a un 50% del total.

También corresponde que se impute la depreciación de los bienes de propiedades, planta y equipo necesarios para la Administración de la mutualidad. Otros gastos de administración como los de marketing, publicidad, patrocinio o auspicio, deberán imputarse a este ítem conforme a las instrucciones impartidas en la Letra F. Gastos de administración, del Título IV del Libro VIII.

LIBRO VIII. ASPECTOS FINANCIERO CONTABLETÍTULO IV. Información Financiera C. Reportes Financieros del Instituto de Seguridad Laboral CAPÍTULO II. Reportes de Estado de Situación Financiera Clasificado y de Estado de Resultados por Función2. Estado de Resultados por Función

## 2. Estado de Resultados por Función

Estado de Resultados por Función

A continuación se detallan los ítems que componen el Reporte de Estado de Resultados por Función:

41000 TOTAL INGRESOS ORDINARIOS

(...)

41010 Ingreso por cotización básica

(...)

41020 Ingreso por cotización adicional

(...)

41040 Intereses, reajustes y multas por cotizaciones

(...)

41050 Rentas de inversiones financieras que respaldan reservas

(...)

41070 Otros Ingresos Ordinarios

(...)

42000 TOTAL EGRESOS ORDINARIOS

(...)

42010 Subsidios

(...)

42020 Indemnizaciones

(...)

42030 Pensiones

(...)

42040 Prestaciones Médicas

(...)

42050 Prestaciones Preventivas de Riesgos

(...)

42060 Funciones Técnicas

(...)

42070 Variación de los capitales representativos de pensiones vigentes

(...)

42140 Pérdidas en inversiones financieras que respaldan reservas

(...)

42150 Gastos de Administración

Deberán imputarse a este ítem todos los gastos generados por la administración superior del ~~Instituto~~ Instituto de Seguridad Laboral, además de aquellos generados en otros niveles jerárquicos que no forman parte de la administración superior, pero que por su naturaleza corresponde imputarlos a la administración del ~~Instituto~~ Instituto de Seguridad Laboral; sólo podrán excluirse aquellos gastos que sean directa o indirectamente imputables a las funciones definidas en los ítems de "Prestaciones médicas", "Prestaciones preventivas de riesgos" y de las "Funciones Técnicas" de ese Instituto.

Por administración superior, se entenderá a aquellos niveles jerárquicos del Instituto de Seguridad Laboral conformado por:

- Director
- Fiscal
- Contralor o Auditor Interno

- Jefes de División, Departamentos o Áreas

Además de los desembolsos generados por la administración superior, corresponde que se imputen los gastos que generen sus funcionarios y trabajadores directos.

Asimismo, corresponderá imputar, conforme al criterio de prorrateo utilizado por el citado Instituto, los gastos generados por las Direcciones Regionales, de sucursales o de otras similares. En todo caso, el porcentaje de gasto prorrateable a gastos de administración no puede ser inferior a un 50% del total.

También corresponde que se impute la depreciación de los bienes de propiedades, planta y equipo necesarios para la administración del Instituto de Seguridad Laboral. Otros gastos de administración como los de marketing, publicidad, patrocinio o auspicio deberán imputarse a este ítem conforme a las instrucciones impartidas en la Letra F. Gastos de administración, del Título IV del Libro VIII.

LIBRO VIII. ASPECTOS FINANCIERO CONTABLES TÍTULO IV. Información Financiera F. Gastos de administración

## F. Gastos de administración

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 de la ley N°16.744 y el artículo 25 del Decreto Supremo N°285, -de 1968, del Ministerio del Trabajo y Previsión Social, corresponde imputar y revelar como gasto de administración, aquellos referidos a las remuneraciones del personal administrativo y los gastos propios del funcionamiento de las oficinas. Se excluyen, por lo tanto, los que no sean por naturaleza tales, como los egresos destinados al pago de funciones técnicas, de atención a los accidentados, los destinados a promover la seguridad y las labores de prevención de las entidades adherentes. Corresponde a la Superintendencia de Seguridad Social la revisión de los gastos imputados a este ítem y determinar si en definitiva un gasto es o no de administración.

Los gastos de administración del Seguro de la Ley N°16.744, que efectúen los organismos administradores cuyos montos y porcentajes máximos, se fijan anualmente por decreto supremo del Ministerio del Trabajo y Previsión Social, son todos aquellos gastos operacionales que no tengan relación directa con los derivados de la prevención de riesgos de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales y de-, funciones técnicas, y/o derivados la atención médica que se otorgue a los trabajadores de las entidades empleadoras afiliadas, al Instituto de Seguridad Laboral o adheridas a las mutualidades de empleadores.-

Por consiguiente, podrán imputarse a tales gastos, los relativos al personal encargado de la administración del citado Seguro y los gastos propios del funcionamiento de las respectivas oficinas.

~~Sin perjuicio de lo anterior, se hace presente que tanto los gastos de administración, como los de prevención de riesgos y de la atención médica que se otorgue a los trabajadores afiliados al Instituto de Seguridad Laboral, sólo deben estar referidos a prestaciones del Seguro de la Ley N°16.744.~~

También son gastos de administración de un organismo administrador, aquellos los desembolsos generados en marketing, publicidad, patrocinio o auspicio y/o gastos por

el uso o posicionamiento de sus marcas realizados en actividades del Seguro Social de la Ley N°16.744. Para tal propósito, se deberá tener en consideración lo siguiente:

## **1.- Definiciones.**

### a) Marketing

Se considerará marketing o mercadotecnia al conjunto de prácticas y técnicas que, basándose en los estudios de mercado, pretenden favorecer y estimular el comercio, especialmente la demanda.

### b) Publicidad

Se entenderá por publicidad toda forma de comunicación dirigida al público o a un segmento del mismo con el propósito de informar o influir en sus opiniones o conductas, a través de cualquier canal, plataforma o medio de comunicación, incluyendo promociones, patrocinios o auspicios y posicionamiento de la marca en medios de comunicación (denominado también, "placements").

### c) Patrocinio o Auspicio

El patrocinio o auspicio es toda publicidad que tiene por finalidad apoyar o financiar una actividad con fines publicitarios. El citado apoyo puede o no ser de carácter económico.

### d) Marca

Comprende todo signo o signos capaz de distinguir en el mercado, productos o servicios determinados.

## **2.- Aspectos sobre los gastos de administración marketing, publicidad, patrocinio o auspicio aplicables a los organismos administradores**

Para efectos de imputar y revelar como gasto de administración los desembolsos realizados en las actividades de marketing, publicidad, patrocinio o auspicio los organismos administradores deberán también ceñirse a las siguientes disposiciones:

a) Requisitos de las actividades de marketing, publicidad, patrocinio o auspicio en el marco del seguro de la ley N°16.744 por parte de las mutualidades de empleadores.

Las mutualidades de empleadores son entidades de seguridad social sin fines de lucro y cuyo objeto es el otorgamiento de las prestaciones del Seguro Social de la Ley N°16.744, por lo que las actividades de marketing, publicidad o promoción, patrocinio o auspicio, ya sea que las efectúen por sí o por medio de terceros que le brinden esos servicios, deben estar destinadas exclusivamente a dar a conocer, promover y difundir la cobertura del seguro social, las contingencias cubiertas, el procedimiento para acceder a él, las prestaciones que entrega, entre otros que tengan dicho fin.

En ese sentido, se debe tener presente lo siguiente:

- i) Desembolsos en gastos de administración en marketing, publicidad, patrocinio o auspicio en el marco del Seguro Social de la Ley N°16.744



Estos gastos deben atender exclusivamente a materias del Seguro Social que administran. Además, los desembolsos por los referidos conceptos deben ser solventados por el organismo administrador respectivo, por lo que no puede traspasar este gasto para que sea financiado por sus filiales u terceros ajenos a la administración del citado seguro. De igual forma, el organismo administrador no podrá asumir gastos de marketing, publicidad, patrocinio o auspicio que no tengan relación con las prestaciones del seguro laboral o gastos en actividades que, teniendo relación con el Seguro Social de la Ley N°16.744, hubiesen sido efectuadas por sus filiales u otros terceros.

En ese sentido, no es procedente que terceros distintos a los organismos administradores, no habilitados por ley para administrar el seguro, utilicen el posicionamiento y/o el prestigio del organismo administrador, por cuanto ello, podría provocar provecho o utilidades económicas, generando una percepción distinta a los objetivos reales del Seguro Social de la Ley N°16.744, además, de una pérdida de la visualización e identificación de las prestaciones que entregan las mutualidades que administran dicho seguro.

- ii) Actividades de marketing, publicidad, patrocinio o auspicio realizadas con la marca del organismo administrador

No procede que las filiales promocionen o usen el nombre y/o marcas de propiedad de un organismo administrador.

---

#### b) Uso de marca de los organismos administradores

Los organismos administradores pueden inscribir las categorías o clases de cualquier tipo de actividades o servicios. Ahora bien, independiente de la categoría o clase que inscriba, solo podrá realizar las actividades o prestar los servicios relacionados con las prestaciones del Seguro de la Ley N°16.744. En el caso que la categoría o clase contemple actividades o servicios que no se relacionen con el referido seguro, no podrá efectuar dichas actividades, salvo que legalmente sean habilitados para realizar la actividad, con el objeto de que su uso no induzca a interpretaciones inexactas o incorrectas sobre el objetivo y la función del mencionado Seguro Social.

Por otra parte, tanto el nombre como las marcas adquiridas que identifiquen a un organismo administrador, no podrán ser utilizadas para fines distintos a los que tiene el Seguro Social de la Ley N°16.744. De igual forma, su nombre y/o marca no puede ser fraccionada o complementada en su denominación, por cuanto ello puede generar una distorsión de la información que recibe el público sobre la real y total cobertura del seguro social de la Ley N°16.744.

En este sentido los organismos administradores deben velar por el correcto y transparente uso de sus nombres o marcas y resguardar sus vigencias previendo una eventual caducidad, de conformidad al artículo 27 bis A. del DFL N°4, de 2022, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que en lo pertinente establece: "Procederá la declaración de caducidad total o parcial de un registro de marca si concurre alguna de las siguientes circunstancias:.....() b) Si su titular ha provocado o tolerado que se transforme en la designación usual de un producto o servicio para el que esté

registrada, de tal modo que en el curso de las operaciones comerciales y en el uso generalizado del público, la marca haya perdido su fuerza o capacidad para distinguir el producto o servicio al cual se aplique”.

c) Difusión de las prestaciones de salud no laboral, de conformidad a la autorización que contempla el artículo 29 del D.L. N°1.819

De acuerdo a lo señalado en el artículo 29 del D.L. N°1.819 y su reglamento, el Decreto Supremo N°33, de 1978, del Ministerio del Trabajo y Previsión Social, la extensión de la atención médica a los pacientes privados en los hospitales u otros establecimientos asistenciales de salud dependientes de las mutualidades de empleadores de la Ley N°16.744 deberá orientarse preferentemente hacia los trabajadores de sus empresas adherentes y las personas que le causen asignación familiar. Dicha atención solo se podrá realizar cuando la capacidad del establecimiento permita cubrir estos servicios sin alterar ni menoscabar sus obligaciones legales ni reglamentarias. Además, el valor que cobren al beneficiario solo considerará la reposición o reembolso del gasto y no involucrará utilidad.

Conforme al carácter excepcional de las referidas prestaciones, las actividades de difusión que efectúen las mutualidades deberán orientarse, principalmente, al público objetivo indicado en la referida normativa, esto es, a las personas trabajadoras y las personas que le causen asignación familiar.

Por su parte, la mutualidad solo puede informar las prestaciones de salud común que otorga e indicar expresamente que éstas se otorgan de manera excepcional. El gasto que se genere producto de dicha actividad deberá ser imputado, en una glosa separada en su contabilidad, al costo de las prestaciones médicas otorgadas en virtud de la autorización conferida.

### **3.- Aspectos sobre los gastos de administración en marketing, publicidad, patrocinio o auspicio aplicables al Instituto de Seguridad Laboral.**

Asimismo y de conformidad con lo indicado en el artículo 3° de la ley N°19.896, los servicios públicos que integran la Administración del Estado, no podrán incurrir en otros gastos por concepto de publicidad y difusión que los necesarios para el cumplimiento de sus funciones y en aquellos que tengan por objeto informar a los usuarios sobre la forma de acceder a las prestaciones que otorgan.