

Compendio de Normas del Seguro Social de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales

/ LIBRO VIII. ASPECTOS FINANCIERO CONTABLES / TÍTULO IV. Información Financiera / F. Gastos de administración / 2. Aspectos sobre los gastos de administración en marketing, publicidad, patrocinio o auspicio aplicables a los organismos administradores

2. Aspectos sobre los gastos de administración en 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 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, deberán 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 deberá 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 deberán atender exclusivamente a materias del seguro social que administran. Además, los desembolsos por los referidos conceptos deberán ser solventados por el organismo administrador respectivo, por lo que no puede traspasar este gasto para que sea financiado por sus filiales o 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 a entidades distintas a los organismos administradores, generando una percepción errada de 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 el organismo administrador tolere, permita o autorice las actividades de marketing, publicidad, patrocinio o auspicio con el nombre y/o marca de su propiedad, por parte de sus filiales o cualquier otro.

De igual forma, para obtener la adhesión de una entidad empleadora, el organismo administrador sólo podrá imputar a gastos de administración los desembolsos en marketing o publicidad destinados a promover los servicios y/o prestaciones que entregue en virtud de la Ley N°16.744.

- 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 inscriban, sólo podrán realizar las actividades o prestar los servicios para los cuales se encuentran habilitados legalmente, esto es, el otorgamiento de las prestaciones del Seguro de la Ley N°16.744 y su administración. En el caso que la categoría o clase inscritas contemplen actividades o servicios que no se relacionen con el referido seguro, no podrán utilizarla, salvo que legalmente sean habilitados para realizar la actividad. Lo anterior, con el objeto que su uso no induzca a interpretaciones inexactas o incorrectas sobre el objetivo y la función del 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, el nombre y/o marca del organismo administrador no puede ser fraccionada o complementada en su denominación, siendo utilizada de manera única y total en todas sus acciones de identificación, por cuanto ello no sólo 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, sino que, además, de acuerdo a lo

dispuesto en el artículo 3 del Decreto Supremo N°285, de 1968, del Ministerio del Trabajo y Previsión Social, las mutualidades se deben denominar "*mutualidades de empleadores*" y/o, indistintamente, también de "*seguridad*", por lo que no corresponde que la mutualidad use otra identificación que aquella impuesta por la Ley, o permita a un tercero o una filial el uso, de todo o parte, de su denominación, atendida la naturaleza de orden público de dicha disposición, por enmarcarse dentro del ámbito de la seguridad social.

En este sentido, los organismos administradores deberán 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.

- 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 las y los trabajadores de sus entidades empleadoras 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 sólo 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.
