

	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 1 de 15
	Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.		

Resumen Ejecutivo

- ✓ El presente Reporte tiene por objeto verificar la existencia de información relevante para los consumidores en materia de Salud en los sitios web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres. El Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales revisó la disponibilidad de la información que dice relación con: a) La publicación de precios en Internet de los servicios ofrecidos por Clínicas, Hospitales Privados y Centros Médicos; b) La publicación del Listado de 20 Soluciones Integrales a los problemas de salud más frecuentemente atendidos por estos establecimientos de salud (véase listado en el Anexo I); y c) La implementación por parte de las Isapres de un Servicio Telefónico 24x7 para los y las consumidoras.
- ✓ En el mes de noviembre del año 2014 se revisaron los sitios web de 64 Clínicas y Hospitales Privados; 13 Isapres (7 Isapres Abiertas y 6 Isapres Cerradas); y, los 5 Centros Médicos más reclamados en el Sernac.
- ✓ Los resultados del estudio arrojaron que en el 70% de los sitios web de las Clínicas y Hospitales Privados existe falta información sobre el Listado de las 20 Soluciones Integrales a los problemas de salud más frecuentes, mientras que en el 36% de ellos existe falta información sobre los Aranceles de los Servicios ofrecidos¹. Respecto del análisis de los sitios web de Centros Médicos arrojaron que sólo 2 de ellos no informan los aranceles de los servicios, mientras que 1 lo hace de manera parcial al informar sólo sobre los valores de las 20 Soluciones Integrales. Finalmente, en el caso de las Isapres, en 5 de los 13 sitios web analizados (38,4%), no se logra comprobar el funcionamiento del Servicio Continuo de Atención Telefónica.
- ✓ Como conclusión del estudio se observa que las Clínicas y Hospitales Privados tienen una importante brecha respecto de buenas prácticas en materia de

¹ Para determinar el porcentaje de Clínicas y Hospitales Privados que no cumplen con informar el Listado de 20 Soluciones Integrales, se consideró un universo de 54 de estos establecimientos, quedando excluidos del análisis 10 de ellas, dado que prestan servicios especializados (por ejemplo, Clínicas Oftalmológicas). En tanto que, la determinación del porcentaje de Clínicas y Hospitales en los que falta información sobre los Aranceles de los servicios ofrecidos, consideró la totalidad de los establecimientos observados que suman 64.

	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 2 de 15
	Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.		

información que deben disponer en sus páginas web; en particular, se consignó que no se existe un Correo Electrónico disponible sino sólo un Formulario de Contacto, mediante el cual las y los consumidores puedan comunicarse con las Instituciones de Salud. Falta información sobre el Reglamento Interno de la institución y los Términos y Condiciones de Uso del Sitio.

- ✓ En cuanto a lo observado se detectó que 38 Clínicas y Hospitales Privados, no cuentan con la información del Listado de 20 Soluciones Integrales. Además, 23 de estos establecimientos no informan los Aranceles de los servicios ofrecidos.
- ✓ Las Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres que no presentaron la información requerida son:

a. Clínicas y Hospitales Privados:

- Falta de Información sobre Listado de 20 Soluciones Integrales:

1	CLÍNICA IQUIQUE	21	HOSPITAL PARROQUIAL DE SAN BERNARDO
2	CLÍNICA PORTADA	22	CLÍNICA COLONIAL
3	CLÍNICA EL LOA	23	CLÍNICA MIGUEL DE SERVET
4	CLÍNICA ATACAMA	24	CLÍNICA SIERRA BELLA
5	CLÍNICA COQUIMBO	25	CLÍNICA BELLOLIO
6	CLÍNICA CIUDAD DEL MAR	26	CLÍNICA ALEMANA DE TEMUCO
7	CLÍNICA MIRAFLORES	27	HOSPITAL CLÍNICO DE LA UNIVERSIDAD MAYOR
8	CLÍNICA VALPARAÍSO	28	CLÍNICA ALEMANA DE OSORNO
9	CLÍNICA REÑACA	29	CLÍNICA PUERTO MONTT
10	HOSPITAL CLÍNICO VIÑA DEL MAR	30	CLÍNICA MAGALLANES
11	CLÍNICA DE SALUD INTEGRAL	31	CLÍNICA ALEMANA VALDIVIA
12	CLÍNICA SAN FRANCISCO	32	CLÍNICAS SANTA MARÍA
13	HOSPITAL CLÍNICA FUSAT	33	INSTITUTO RADIOMEDICINA IRAM
14	CLÍNICA DEL MAULE	34	CLÍNICAS VESPUCIO
15	CLÍNICA REGIONAL LIRCAY	35	HOSPITAL CLÍNICO U. DE CHILE
16	CLÍNICA ADVENTISTA	36	HOSPITAL CLÍNICO U. CATÓLICA
17	CLÍNICA BÍO BÍO	37	HOSPITAL DEL TRABAJADOR
18	CLÍNICA LAS AMAPOLAS	38	CLÍNICA BICENTENARIO
19	SANATORIO ALEMÁN		
20	HOSPITAL CLÍNICO DEL SUR S.A.		

Fuente: Sernac.

- Falta de Información sobre los Aranceles de los Servicios Prestados² en Clínicas y Hospitales Privados:

1	CLÍNICA PORTAL ORIENTE	13	SANATORIO ALEMÁN
2	CLÍNICA EL LOA	14	HOSPITAL PARROQUIAL DE SAN BERNARDO
3	CLÍNICA COQUIMBO	15	CLÍNICA COLONIAL
4	CLÍNICA CIUDAD DEL MAR (EX	16	CLÍNICA MIGUEL DE SERVET
5	CLÍNICA REÑACA	17	CLÍNICA SIERRA BELLA
6	CLÍNICA SAN FRANCISCO	18	CLÍNICA BELLOLIO
7	HOSPITAL CLÍNICA FUSAT	19	CLÍNICA ALEMANA DE TEMUCO
8	CLÍNICA DEL MAULE	20	CENTRO OFTALMOLÓGICO LÁSER
9	CLÍNICA REGIONAL LIRCAY	21	INSTITUTO RADIOMEDICINA IRAM
10	CLÍNICA ADVENTISTA	22	INSTITUTO OFTALMOLÓGICO PROFESOR ARENSTEN
11	CLÍNICA BÍO BÍO	23	HOSPITAL CLÍNICO U. DE CHILE
12	CLÍNICA LAS AMAPOLAS		

Fuente: Sernac.

b. Centros Médicos:

El resultado del análisis de los sitios web correspondientes a los Centros Médicos, relativo a la falta Información sobre los Aranceles de los servicios ofrecidos, son:

N°	NOMBRE DE CENTRO MEDICO
1	MEGASALUD
2	LA ARAUCANA
3	AVANSALUD

Fuente: Sernac.

² **Arancel:** Lista valorizada de prestaciones de salud que muestra los cobros monetarios por unidad o cantidad de prestaciones. Por ejemplo, precio de consulta médica o laboratorio.

	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 4 de 15
	Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.		

c. Isapres:

Finalmente, las siguientes Isapres Cerradas no disponen del Servicio Telefónico 24x7:

N°	NOMBRE DE ISAPRE
1	FUSAT
2	RIO BLANCO
3	SAN LORENZO
4	CHUQUICAMATA
5	CRUZ DEL NORTE

Fuente: Sernac.

I. Introducción

Los resultados en salud de una población se encuentran condicionados por cuatro factores determinantes: 1) la *biología* o herencia, 2) el *ambiente* en que vivimos, 3) los *estilos de vida* que adoptamos y desarrollamos, y finalmente, 4) el *sistema sanitario* del país³. Respecto del último punto, particularmente en lo referido a la organización del sistema de salud, existen diversas configuraciones, que van desde sistemas nacionales de tipo universal, donde las personas acceden libre y gratuitamente a los bienes o servicios que el sistema provea, hasta sistemas donde la salud es considerado un bien y obligación privada de las personas, donde éstas deben pagar por obtener una retribución en esta materia configurándose de este modo un mercado, y donde los Estados, cumplen un rol subsidiario aportando financiamiento a aquellos sectores imposibilitados de pagar planes de salud privados⁴.

En el caso de Chile, la salud se organiza como sistema mixto a nivel de aseguramiento y prestadores de salud, es decir, existe más de un tipo de financiamiento –puesto que participan Instituciones tanto Públicas como Privadas que funcionan con la cotización obligatoria del 7%- y más de un tipo de servicios

³ Estos conceptos constituyen el marco comprehensivo del modelo de salud pública, elaborado en 1974 por Marc Lalonde, que explica los determinantes de salud y que es utilizado por Organismos Internacionales. Por ejemplo, véase: <http://www1.paho.org/hq/documents/events/puertorico05/8-magomez-determsalud-pur05.pdf?ua=1>

⁴ “El Mercado de la Salud Privada en Chile”, Octubre de 2012, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Estudio encargado por la Fiscalía Nacional Económica.

	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 5 de 15
Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.			

–uno de tipo previsional-financiero encargado de recaudar, administrar y distribuir los recursos entregados por los cotizantes⁵, aquellos especializados en la prestación de servicios asistenciales, y otro proveedor de productos sanitarios como farmacias y laboratorios⁶.

La decisión de las y los consumidores no funciona de la misma manera que cuando participa en otro tipo de mercado más convencional. Existen condicionantes que limitan su capacidad de libre elección al momento de definir la prestación de un servicio de salud y que marcan una asimetría evidente al respecto. Además, en la actualidad las y los consumidores son exigentes durante el acto de consumo, sin embargo respecto de los servicios de salud, éstos no eligen el momento en que se enfermarán, o bien, conocen escasamente sus planes de salud y otros aspectos relacionados, lo que genera una amplia brecha de información⁷.

Un ejemplo de lo anterior, es la alta experticia del proveedor respecto del paciente-consumidor, lo que se traduce en que muchas veces son los proveedores los que determinan la necesidad de éste, de hecho, un estudio realizado el año 2008 por la Superintendencia de Salud señala que en el 78% de los casos, la elección del plan de salud por parte del consumidor se realizó en función de lo recomendado por el personal de la Isapre, y en más de la mitad de los casos fue totalmente dirigida. Sólo un 9% se informó de manera independiente solicitando información a la propia Isapre o buscando en Internet⁸. En este sentido, los consumidores por lo general no saben hasta qué punto es necesaria la atención de su salud, así como tampoco cuentan con las herramientas para evaluar el desempeño médico o del establecimiento donde se atendió; o bien, considerar la situación de vulnerabilidad en que se encuentra un consumidor para la

⁵ Las principales Instituciones en la provisión de estos servicios son las Isapre y Fonasa, y en menor medida, mutualidades de empleadores, compañías de seguros y cajas de compensación, entre otros. Véase, "Caracterización del Sistema de Salud Chileno: Enfoque Laboral, Sindical e Institucional", Cuadernos de Investigación N° 11, año 2009, Fundación Sol.

⁶ Idem.

⁷ "Segmentación de Prestadores de Salud y Usuarios de Isapres", Departamento de Estudios y Desarrollo, Superintendencia de Salud, Diciembre de 2010.

⁸ "Dimensiones de Valor para el Usuario de Isapres en la Elección de Planes de Salud", Superintendencia de Salud, agosto de 2008.



	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 6 de 15
Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.			

negociación de precio y condiciones en un momento de atención de urgencia o de la necesaria recuperación⁹.

Además de estas asimetrías de información, que juegan una influencia fundamental en la elección de los consumidores respecto de sus planes de salud, se debe considerar el hecho de que, como sostiene la Superintendencia de Salud en su estudio "Prestadores de Salud, Isapres y Holdings: ¿Relación Estrecha?"¹⁰, las Isapres más relevantes del mercado han incorporado el modelo de integración vertical a través de un holding al cual pertenecen la Isapre y los prestadores relacionados, lo que puede ser utilizado, ya sea para guiar al consumidor en una mejor transacción costo-calidad, o bien, para guiarlos hacia el interés que tiene proveedor, por lo que resulta necesario poner a disposición de los consumidores mecanismo de información que le permitan actuar en el mercado de la salud favoreciendo la transparencia de los mercados y su equidad.

Por tanto, frente problema de asimetría de información es que las Instituciones Públicas con facultades en la materia –el SERNAC y la Superintendencia de Salud-, conformaron el año 2011, junto con la Asociación de Clínicas y Prestadores de Salud Privado A.G, Clínicas de Chile A.G y la Asociación de Isapres (Isapres abiertas) la Mesa Técnica de Trabajo "Transparencia en los Sistemas de Salud", a efectos de transparentar los precios que cobran las Clínicas, establecer servicios informativos al consumidor, definir normas técnicas y estandarizar paquetes de prestación que permitan a los consumidores comparar y tomar decisiones informadas respecto del servicios que más le conviene. Los resultados de la Mesa Técnica de Trabajo, fueron entre otros: a) la publicación de precios en papel; b) la publicación de precios en Internet; c) la elaboración de Normas Técnicas; d) la elaboración y publicación de un Listado de 20 Soluciones Integrales a los Problemas de Salud más frecuentes; e) la implementación de un Servicio Telefónico 24x7 para los consumidores; y d) la elaboración de un Ranking de Reclamos.

A efectos de verificar la información disponible, el Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales del Departamento de Estudios del SERNAC, revisó los sitios web de Clínicas e Isapres:

⁹ "El Mercado de la Salud Privada en Chile", Octubre de 2012, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Estudio encargado por la Fiscalía Nacional Económica.

¹⁰ http://www.supersalud.gob.cl/documentacion/569/articles-8826_recurso_1.pdf

	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 7 de 15
	Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.		

- 1) **La publicación de precios en Internet.**
- 2) **Publicación de Listado de 20 Soluciones Integrales.**
- 3) **Implementación de Servicio Telefónico 24x7.**

II. Objetivos

Con el fin de entregar a los consumidores, información relevante para sus decisiones de consumo en materia de salud, el siguiente Reporte tiene como objetivos:

- 1) Constatar la publicación en Internet del listado de precios de las prestaciones y productos que ofrecen las Clínicas y Hospitales Privados.
- 2) Comprobar la publicación en Internet del Listado de las 20 Soluciones Integrales a los problemas de salud más frecuentemente utilizadas en la salud privada (Clínicas y Hospitales Privados).
- 3) Monitorear la existencia de números telefónicos de atención al consumidor 24x7 y su funcionamiento.

III. Metodología

A efectos de verificar la disponibilidad de información relevante para los consumidores, se construyó una Base de Datos compuesta por las Clínicas e Isapre que contaran con sitios web, poblándose la base con los registros de las variables indicadas en la Tabla 1. Las variables fueron evaluadas según su ausencia o presencia mediante una Ficha de Observación en el periodo del 10 al 12 de noviembre del año 2014:

- 1) **La publicación de precios en Internet.** Las Clínicas y Hospitales Privados deben cumplir con lo prescrito en el inciso 4° del Artículo 30 de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en cuanto a informar en los sitios de Internet el valor de todas las prestaciones y productos que cada uno de ellos tenga a disposición de sus clientes.

	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 8 de 15
	Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.		

- 2) Publicación de Listado de 20 Soluciones Integrales.** Las Clínicas y Hospitales privados que participaron de la mesa a través de sus asociaciones gremiales, presentaron un Listado de 20 Soluciones Integrales a los Problemas de Salud más frecuentemente utilizadas en el sector de la salud privada. Se obligaron a que los diferentes precios cobrados contemplen todos los tópicos definidos para cada una de las Soluciones Integrales a problemas de salud acordadas y comprendidas en el listado, los que están referidos a componentes ligados a infraestructura, medicamentos e insumos clínicos, exámenes de laboratorio e imágenes (véase listado en el Anexo I).
- 3) Implementación de Servicio Telefónico 24x7.** Con el fin de que las personas obtengan información oportuna que facilite la toma de decisiones, se implementó por parte de las Isapres un Servicio Continuo de Atención Telefónica, operativo las 24 horas y los 7 días de la semana. Esta herramienta permite a los usuarios recibir orientación inmediata en caso de urgencia; información sobre los beneficios del AUGE y saber si la patología consultada está incluida entre las vigentes en el AUGE y cómo acceder; activación de la Cobertura para Enfermedades Catastróficas, CAEC; beneficios derivados de la Ley de Urgencia; gestión de camas en caso de traslado de urgencia, estableciendo contacto con enfermeras o médicos tratantes; prestadores preferentes del respectivo plan de salud, en caso de urgencia; sugerencias de prestadores más económicos (preferentes en relación a no preferentes) y direcciones; orientación sobre las coberturas, topes y copagos de acuerdo al plan de salud; y, valores comparativos del día cama¹¹

¹¹ http://www.supersalud.gob.cl/568/articles-8326_ppt_1.pdf

	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 9 de 15
	Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.		

Tabla 1.

Variables de observación en sitios web de Clínicas y Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres en Chile, noviembre de 2014.

Clínicas y Hospitales Privados	Centros Médicos	Isapres
Nombre del establecimiento	Nombre del establecimiento	Nombre del establecimiento
Dirección física	Dirección física	Dirección física
Región	Teléfono	Teléfono
Teléfono	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Correo Electrónico	Soporte Dudas y Consulta	Soporte Dudas y Consulta
Soporte Dudas y Consulta	Reglamento Interno	Número de teléfono 24/7
Reglamento Interno	Términos y condiciones	Operatividad de teléfono 24/7
Términos y condiciones	Aranceles de productos y servicios	
Presenta listado de 20 soluciones integrales a problemas de Salud		
Información de Aranceles Productos y Servicios		

Fuente: Sernac

IV. Resultados

i. Clínicas y Hospitales Privados

Como se observa en la Tabla 2, el 60,94% de las Clínicas y Hospitales Privados no presenta un Correo Electrónico de contacto; sin embargo, el 90% de ellas pone a disposición de los consumidores un Soporte para Consultas (tipo formulario electrónico). Además, las cifras indican que el 68,75% no informa su Reglamento Interno y sólo el 7,8% lo hace respecto de los Términos y Condiciones del Sitio Web. En cuanto a la publicación del Listado de las 20 Soluciones Integrales a los problemas de salud más recurrentes en Clínicas y Hospitales, el 70% de las Clínicas y Hospitales Privados no cumple con lo comprometido en la Mesa Técnica de Trabajo, en tanto, existe un 36% que no informa los Aranceles de los servicios prestados.

ii. Centros Médicos

Los resultados del análisis de la información de los sitios web de los Centros Médicos (Véase Tabla 3) muestra que la totalidad de los sitios observado presenta Teléfono de Contacto y Soporte de Consultas, pero ninguno muestra un Correo

	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 10 de 15
	Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.		

Electrónico a disposición del consumidor. Respecto del Reglamento Interno, Vida Integra y La Araucana NO lo informan, mientras que tampoco lo hacen sobre los Términos y Condiciones del sitio web los Centro Médicos Vida Integra, La Araucana y Avansalud. Finalmente, NO informan sus Aranceles: Megasalud y La Araucana. Avansalud sólo informa los Aranceles del Listado de las 20 Soluciones Integrales, pero no así del resto de sus servicios

Tabla 2.

Resultados del análisis de la información de los sitios web de los Centros Médicos, Noviembre de 2014.

Centro Médico	Teléfono	Correo Electrónico	Soporte de Consultas	Reglamento Interno	Términos y condiciones	Aranceles
Megasalud	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Integramédica	SI	NO	SI	SI	SI	SI
Vida Integra	SI	NO	SI	NO	NO	SI
La Araucana	SI	NO	SI	NO	NO	NO
Avansalud	SI	NO	SI	SI	NO	SI*

Fuente: Sernac

(*) Aun cuando Avansalud informa los precios del Listado de las 20 Soluciones Integrales, no se observa información sobre el precio de los aranceles de consultas, laboratorios y otros.

iii. *Isapres*

Las Isapres presentan un comportamiento disímil según sean Abiertas o Cerradas (véase Anexo)¹². Como se observa en la Tabla 4, todas las Isapres cuentan en su sitio web con un teléfono de contacto para el consumidor; sin embargo, ninguna de las Isapres Abiertas cuenta con un Correo Electrónico, aun cuando todas las Isapres (con excepción de Cruz del Norte que tiene sitio web) presentan un Soporte de Consultas. Respecto del Teléfono 24/7, todas las Isapres Abiertas lo tienen implementado y operando, no así las Isapres Cerradas Fusat, Rio Blanco, San Lorenzo, Chuquicamata y Cruz del Norte.

¹² Las Isapres Abiertas son: Banmédica, Colmena Golden Cross, Consalud, Cruz Blanca, MásVida, Vida Tres y Ferro Salud. Las Isapres Privadas son: Fundación, Fusat, Rio Blanco, San Lorenzo, Chuquicamata y Cruz del Norte.

Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.

Tabla 3.

Resultados del análisis de la información de los sitios web de las Isapres, Noviembre de 2014.

Isapre	Teléfono	Correo Electrónico	Soporte de Consultas	Teléfono 24/7	Operatividad Telefono 24/7
Banmédica	SI	NO	SI	SI	SI
Colmena Golden Cross	SI	NO	SI	SI	SI
Consalud	SI	NO	SI	SI	SI
Cruz Blanca	SI	NO	SI	SI	SI
MasVida	SI	NO	SI	SI	SI
Vida Tres	SI	NO	SI	SI	SI
Ferro Salud	SI	NO	SI	SI	SI
Fundación	SI	SI	SI	SI	SI
Fusat	SI	SI	SI	NO	NO
Rio Blanco	SI	SI	SI	NO	NO
San Lorenzo	SI	SI	SI	NO	NO
Chuquicamata	SI	SI	SI	NO	NO
Cruz del norte	SI	No tiene web	No tiene web	NO	NO

Fuente: Sernac

Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.

V. Conclusiones

Los resultados del análisis señalan que las Clínicas y Hospitales Privados tienen una importante brecha que cubrir respecto de buenas prácticas en materia de información a los consumidores, en particular, sobre la disposición en su sitio web de un Correo Electrónico (y no sólo de un Formulario de Contacto), el Reglamento Interno de la Institución y los Términos y Condiciones de Uso. En cuanto a la presencia de información relevante para los consumidores, se evidencia falta de información respecto del Listado de 20 Soluciones Integrales y falta de información sobre los Aranceles de los servicios ofrecidos a las siguientes Clínicas y Hospitales Privados:

- Falta de Información sobre Listado de 20 Soluciones Integrales en Clínicas y Hospitales Privados:

1	CLÍNICA IQUIQUE	21	HOSPITAL PARROQUIAL DE SAN BERNARDO
2	CLÍNICA PORTADA	22	CLÍNICA COLONIAL
3	CLÍNICA EL LOA	23	CLÍNICA MIGUEL DE SERVET
4	CLÍNICA ATACAMA	24	CLÍNICA SIERRA BELLA
5	CLÍNICA COQUIMBO	25	CLÍNICA BELLOLIO
6	CLÍNICA CIUDAD DEL MAR	26	CLÍNICA ALEMANA DE TEMUCO
7	CLÍNICA MIRAFLORES	27	HOSPITAL CLÍNICO DE LA UNIVERSIDAD MAYOR
8	CLÍNICA VALPARAÍSO	28	CLINICA ALEMANA DE OSORNO
9	CLÍNICA REÑACA	29	CLINICA PUERTO MONTT
10	HOSPITAL CLÍNICO VIÑA DEL MAR	30	CLÍNICA MAGALLANES
11	CLÍNICA DE SALUD INTEGRAL	31	CLÍNICA ALEMANA VALDIVIA
12	CLÍNICA SAN FRANCISCO	32	CLÍNICAS SANTA MARÍA
13	HOSPITAL CLÍNICA FUSAT	33	INSTITUTO RADIOMEDICINA IRAM
14	CLÍNICA DEL MAULE	34	CLÍNICAS VESPUCCIO
15	CLÍNICA REGIONAL LIRCAY	35	HOSPITAL CLÍNICO U. DE CHILE
16	CLÍNICA ADVENTISTA	36	HOSPITAL CLÍNICO U. CATÓLICA
17	CLÍNICA BÍO BÍO	37	HOSPITAL DEL TRABAJADOR
18	CLÍNICA LAS AMAPOLAS	38	CLÍNICA BICENTENARIO
19	SANATORIO ALEMÁN		
20	HOSPITAL CLÍNICO DEL SUR S.A.		

Fuente: Sernac

Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.

- Falta de Información sobre los Aranceles de los Servicios Prestados en Clínicas y Hospitales Privados:

1	CLÍNICA PORTAL ORIENTE	13	SANATORIO ALEMÁN
2	CLÍNICA EL LOA	14	HOSPITAL PARROQUIAL DE SAN BERNARDO
3	CLÍNICA COQUIMBO	15	CLÍNICA COLONIAL
4	CLÍNICA CIUDAD DEL MAR (EX	16	CLÍNICA MIGUEL DE SERVET
5	CLÍNICA REÑACA	17	CLÍNICA SIERRA BELLA
6	CLÍNICA SAN FRANCISCO	18	CLÍNICA BELLOLIO
7	HOSPITAL CLÍNICA FUSAT	19	CLÍNICA ALEMANA DE TEMUCO
8	CLÍNICA DEL MAULE	20	CENTRO OFTALMOLÓGICO LÁSER
9	CLÍNICA REGIONAL LIRCAY	21	INSTITUTO RADIOMEDICINA IRAM
10	CLÍNICA ADVENTISTA	22	INSTITUTO OFTALMOLÓGICO PROFESOR ARENSTEN
11	CLÍNICA BÍO BÍO	23	HOSPITAL CLÍNICO U. DE CHILE
12	CLÍNICA LAS AMAPOLAS		

Fuente: Sernac.

- El resultado del análisis de los sitios web de los Centros Médicos, muestra que existe Falta de Información sobre los Aranceles de los servicios ofrecidos, estos son:

N°	NOMBRE DE CENTRO MEDICO
1	MEGASALUD
2	LA ARAUCANA
3	AVANSALUD

Fuente: Sernac.

- En tanto, las siguientes Isapres no disponen del "Servicio Telefónico 24x7":

N°	NOMBRE DE ISAPRE
1	FUSAT
2	RIO BLANCO
3	SAN LORENZO
4	CHUQUICAMATA
5	CRUZ DEL NORTE

Fuente: Sernac.

Publicidad en Salud: Existencia de Información Relevante para los consumidores en Páginas Web de Clínicas, Hospitales Privados, Centros Médicos e Isapres.

VI. Anexo I: Listado de 20 Soluciones Integrales a Problemas de Salud

Listado de las 20 soluciones integrales paquetizadas a problemas de salud, que responden a las de uso frecuente por parte de las y los consumidores.

N°	Problema de Salud y/o Procedimiento
1	Cesárea c/s salpingoligadura o salpingectomía
2	Parto presentación cefálica o podálica,
3	Histerectomía total
4	Conización y/o amputación del cuello uterino
5	Colecistectomía por video laparoscopia
6	Hemorroidectomía
7	Hernia inguinal, crural, umbilical, de linea media
8	Amigdalotomía c/s adenoidectomía
9	Rinoplastia y/o septoplastia
10	Cirugía fotorefractiva o lasik
11	Cataratas con lente intraocular
12	Chalazion
13	Hernia núcleo pulposo
14	Menisectomía
15	Hallux valgus o rigidus, trat. quir. compl
16	Adenoma prostatico
17	Litotripsia extracorporea
18	Circuncisión
19	Safenectomía
20	Mastectomía parcial

Fuente: Sernac

VII. Anexo II: Definición de Isapres y Cuantificación de Usuarios

- a) Isapres Abiertas:** Estas instituciones son empresas que desarrollan determinados productos o planes de salud que son ofrecidos y vendidos al público general.
- b) Isapres Cerradas:** Si bien, desde el punto de vista jurídico, este tipo de instituciones no tiene ninguna diferencia respecto de las Isapres Abiertas, lo sustancial de una Isapre Cerrada es que está formada para que un grupo predefinido de personas pueda ingresar a ellas. Dicha población beneficiaria, pertenece a una determinada empresa o entidad, que ha constituido esta institución para beneficiar sólo a sus trabajadores y su grupo familiar.

Tabla 5.
Estadísticas básicas del Sistema Isapre, agosto de 2014.

Isapres	N° de Cotizantes (1)	N° de Cargas (2)
Colmena Golden Cross	282.562	223.569
Cruz Blanca S.A.	364.442	290.028
Vida Tres	74.942	65.391
Ferrosalud	15.591	3.043
Masvida S.A.	279.504	237.985
Isapre Banmédica	362.121	303.440
Consalud S.A.	362.168	305.174
Total isapres abiertas	1.741.330	1.428.630
San Lorenzo	1.114	1.889
Fusat Ltda.	12.224	15.046
Chuquicamata	12.059	20.579
Río Blanco	1.996	3.833
Isapre Fundación	15.358	11.829
Cruz del Norte	1.100	1.854
Total isapres cerradas	43.851	55.030
Total sistema	1.785.181	1.483.660

Fuente: Superintendencia de Salud, Archivo Maestro de Beneficiarios.
(1) Cotizantes vigentes en el mes.
(2) Cargas vigentes en el mes.

Fuente: Superintendencia de Salud