

El Consejo General de Dentistas alerta del auge de la publicidad engañosa en el sector Odontológico

Prolifera la publicidad con supuestas ofertas en tratamientos dentales que ocultan, en la letra pequeña, otros costes no anunciados

- **Se confunde al paciente con unos precios que no son los que se cobran finalmente por el tratamiento**
- **La Organización Colegial reclama a las instituciones una regulación de la publicidad sanitaria mucho más estricta**

Madrid. 19 de agosto de 2014.- El Consejo General de Dentistas de España alerta a la población de la proliferación de publicidad engañosa y poco ética en la que se ofrece a los pacientes precios muy económicos para unos supuestos tratamientos, cuando en realidad el precio corresponde a una parte del mismo. De esta forma, cuando se cobra al paciente por el tratamiento completo, el precio no es el mismo que el anunciado. Este tipo de práctica viene siendo habitual, principalmente, en algunas franquicias dentales donde se ofrecen implantes muy baratos, pero que ocultan en la letra pequeña una serie de costes adicionales correspondientes a prestaciones clínicas necesarias en el tratamiento y que no están incluidos en el precio publicitado.

El Consejo General de Dentistas de España aconseja a los pacientes que, para evitar sorpresas desagradables en la factura, desconfíen de todos los tratamientos que se anuncien a precios muy económicos precedidos de la preposición **desde**, o estén acompañados de **asteriscos**. Y en aquellos casos en los que la letra pequeña sea ilegible, deberá exigirse a la clínica la información a un tamaño adecuado para su lectura. Asimismo, antes de someterse al tratamiento, el paciente deberá solicitar un presupuesto detallado con el precio final del tratamiento completo y que sea un dentista y no un comercial quien lo explique, aclare las posibles dudas, y proponga las distintas alternativas clínicas para solucionar el problema de salud del paciente.

Del mismo modo, el Consejo General advierte de que en este tipo de publicidad también se suelen anunciar algunas prestaciones como gratuitas cuando en realidad forman parte del tratamiento y normalmente no suelen cobrarse, como es el caso de quitar los puntos de sutura.

Por estos motivos, la Organización Colegial de Dentistas insiste en que la promoción de servicios sanitarios debe estar regulada mediante criterios rigurosamente clínicos y que, con el fin de proteger el derecho a la salud de la población, en la publicidad sanitaria debe prevalecer siempre la ética y deontología de la profesión, ofreciendo al paciente una información rigurosa, veraz, comprensible y prudente, basada en el conocimiento científico. Además, la práctica profesional debe estar orientada a las necesidades de salud y bienestar de la población, y no a intereses mercantilistas.

El Consejo General de Dentistas recuerda que la actividad sanitaria es esencialmente distinta al resto de actividades y por lo tanto, de existir la publicidad, ésta debería estar regulada de forma mucho más estricta para evitar que los pacientes reciban una información que pueda ser engañosa o deficiente con el consiguiente perjuicio para su salud.

Así ocurre en la legislación de varios países de nuestro entorno donde se pone especial énfasis en la trascendencia del acto clínico y en el control de la publicidad. Cabe señalar que en Francia, Alemania y Bélgica la publicidad sanitaria está prohibida o fuertemente restringida. Como ejemplo, el artículo R 4127-19 del código de salud pública gallo indica que “la medicina no puede ser practicada como un comercio. Se prohíben todos los procederes directos o indirectos de publicidad y particularmente todo acondicionamiento o señalización que dé a los locales una apariencia comercial”.

El Consejo General de Dentista recuerda que la publicidad engañosa es un delito en nuestro país junto con el cual se podría incurrir también en otra serie de delitos tales como el de estafa, el delito de lesiones o el delito contra la salud pública. De ahí la importancia de que las instituciones competentes junto con Organización Colegial adopten las medidas necesarias para que la regulación de la publicidad sanitaria sea mucho más rigurosa con el fin de proteger así la salud y derechos de la población. Una regulación que deberá garantizar el cumplimiento de los principios éticos de la profesión lo que redundará en una mayor calidad y seguridad de los servicios asistenciales odontológicos.

Consejo General de Colegios de Dentistas de España

Creado en el año 1930, es el Órgano ejecutivo de la Organización Colegial de Dentistas. Entre sus competencias destacan la coordinación de la política general de la Organización Colegial, la ordenación del ejercicio de la profesión, la representación y la defensa de los intereses de sus profesionales, y la promoción del derecho a la salud odontológica de los españoles. Es también competencia del Consejo General la elaboración, desarrollo y actualización del Código Ético y Deontológico estatal de la profesión, así como de la promoción social, científica, cultural y laboral de la Odontología y la Estomatología.