

El Consejo General reclama de nuevo una ley de publicidad sanitaria tras el cierre de cuatro centros de una cadena de clínicas dentales

- **Los hechos han tenido lugar en la Comunidad de Madrid, donde hay decenas de personas afectadas que, tras haber pagado elevadas cantidades de dinero, han visto cómo sus tratamientos se han quedado a medias o ni siquiera han empezado.**
- **El presidente del Consejo General de Dentistas explica que la publicidad sanitaria debe ser veraz y rigurosa, y no puede lanzar mensajes ambiguos que confundan a la población.**

Madrid, 17 de julio de 2026. Apenas tres semanas después del cierre de dos clínicas dentales en Barcelona, en la Comunidad de Madrid han cerrado de forma repentina cuatro centros pertenecientes a una cadena de clínicas odontológicas. Según han informado los medios de comunicación, hay decenas de personas afectadas que han visto cómo sus tratamientos se han quedado a medias o incluso sin empezar pese a haber pagado cantidades superiores a los 10.000 euros. Además, han manifestado su temor a no poder recuperar sus historias clínicas. Al ser preguntados, los pacientes damnificados han declarado que acudieron a estos centros al sentirse atraídos por las campañas de publicidad que vieron en televisión.

A raíz de esta situación, desde el Consejo General de Dentistas se vuelve a insistir en la necesidad de que se apruebe una ley de publicidad sanitaria estatal que establezca unos criterios homogéneos, claros y exigentes para regular los mensajes que reciben los ciudadanos sobre tratamientos y servicios de salud.

El presidente del Consejo General de Dentistas, Dr. Óscar Castro Reino, declara que “no podemos permitir que la asistencia sanitaria se promocióne utilizando las mismas técnicas comerciales que se emplean para vender cualquier producto de consumo. La salud no puede estar sometida a mensajes que anuncian descuentos, ofertas, garantías de por vida o promesas de resultados. La publicidad sanitaria debe ser veraz, rigurosa, comprensible y estar basada en la evidencia científica”.

Así, el Consejo General de Dentistas reclama una ley de publicidad sanitaria estatal que:

- Prohíba los mensajes engañosos, ambiguos o que generen falsas expectativas.
- Impida utilizar la salud como reclamo mediante ofertas, descuentos y promociones agresivas.
- Exija que la publicidad tenga base científica.
- Refuerce la supervisión de la publicidad y establezca sanciones verdaderamente disuasorias.

«Llevamos mucho tiempo advirtiendo de las consecuencias de convertir la Odontología en un negocio centrado exclusivamente en la captación masiva de pacientes y en la venta anticipada de tratamientos. No se trata de limitar la actividad empresarial legítima, sino de garantizar que cualquier actividad económica desarrollada en el ámbito sanitario quede subordinada a la seguridad del paciente y a la buena práctica clínica», afirma el Dr. Castro.

Las clínicas dentales no son “tiendas”

Del mismo modo, el Dr. Castro muestra su preocupación por la utilización del término “tiendas” para referirse a las clínicas dentales, tal y como aparece en algunas informaciones publicadas. Esta denominación, además de resultar inadecuada, contribuye a banalizar la Odontología: “Una clínica dental no es una tienda. Es un centro sanitario en el que los dentistas, que son profesionales cualificados, diagnostican patologías bucodentales, realizan tratamientos y asumen responsabilidades clínicas, éticas y legales. Cuando se habla de tiendas se nos desprestigia como facultativos, se mercantiliza la profesión y, lo que es todavía más grave, se transforma al paciente en un cliente”, concluye.

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.