

Cyber Monday y la responsabilidad de las marcas



Señor director:

El Cyber Monday se ha consolidado como uno de los eventos más relevantes del e-commerce en Chile, esperado por miles de consumidores que organizan sus presupuestos y adelantan incluso las compras navideñas. Esta fecha no solo representa una oportunidad de ahorro para las familias, sino también una acción clave para la reactivación del comercio y la confianza en el ecosistema digital.

En este contexto, las marcas tienen la responsabilidad de ofrecer promociones claras y reales, evitando cualquier práctica que pueda generar desconfianza. Tal como lo establece el Capítulo V del Código de Ética Publicitaria del CONAR, referido a precios y promociones, la comunicación comercial debe precisar correctamente el valor de los productos, detallar las condiciones de las rebajas y no inducir a error respecto de ofertas o descuentos.

Cumplir con estas normas no solo fortalece la relación con los consumidores, sino que también consolida la reputación de las empresas, que deben entender que la confianza es el activo más valioso en un entorno cada vez más competitivo

Maribel Vidal

Directora ejecutiva de Conar