

El rol de las marcas después del Rechazo



Señor director:

Con el resultado del plebiscito surge una sensación de calma frente a la incertidumbre que se vivió desde el 18-0. El país quiere cambios, pero ante todo, necesita que se le garantice la estabilidad, el progreso económico y la seguridad para poder seguir con sus vidas de manera cotidiana.

Deberíamos aprovechar este impulso porque el futuro podría volver a ser incierto. Las fuerzas políticas de prácticamente todos los sectores están discutiendo un acuerdo para impulsar un nuevo proceso constituyente, esto podría volver a elevar los niveles de incertidumbre en el país.

En este contexto, las marcas deben tomar con responsabilidad las demandas ciudadanas, calmar la ansiedad de las personas, demostrar con principios, valores y la ética que corresponde, su preocupación por el consumidor. Esto que se puede tomar como una oportunidad, desde el Conar lo consideramos una responsabilidad.

Ignacio del Solar,

Presidente de Conar (Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria).