

# Buscando un nombre

Señor Director:

Se dice que los equipos creativos del Ejecutivo buscan cómo bautizar el modelo de financiamiento que reemplazará al CAE. Mientras, persisten las dudas y desacuerdos, tanto sobre el fondo como las formas de la propuesta que cambiará el sistema.

Decir que eso no puede ser porque no se ha presentado el proyecto es incorrecto. Ya se han explicitado suficientes elementos como para tener opiniones. Existen claras diferencias en cuanto al diagnóstico, objetivos e instrumentos.

Por tanto, la marca es irrelevante, porque el contenido es el que importa. Por cierto, el *marketing* puede ser un elemento positivo o negativo. Pero la experiencia del Transantiago nos mostró que, si la política es inadecuada, su denominación no importa.

**HUGO LAVADOS MONTES**

Rector **U. San Sebastián**