

Lanza ConMéxico campaña “Marcas de calidad y confianza, siempre!”

- **Destaca ConMéxico los beneficios de adquirir marcas de prestigio.**
- **Con sentido del humor, el Coyote recuerda al consumidor las inconveniencias de recurrir a marcas de dudosa calidad.**
- **El consumo de marcas de prestigio contribuye a mantener una economía vigorosa, asegura Jaime Zabłudovsky, presidente Ejecutivo de ConMéxico.**

México, D.F., miércoles 22 de abril de 2009.- El Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo, A.C., ConMéxico, anunció el lanzamiento en televisión a nivel nacional de la campaña “Marcas de calidad y confianza, siempre!”, la cual tiene como objetivo transmitir al público en general los beneficios de consumir marcas de prestigio, sinónimo de seguridad, calidad y confianza.

Mediante la representación de algunas escenas distintivas del Coyote, en las que todo le sale mal en su constante e inagotable persecución del Correcaminos, se hace alusión a las contrariedades, riesgos y costos que implica recurrir a marcas de dudosa calidad y, en consecuencia, la conveniencia de anteponer en todo momento las ventajas de adquirir marcas de prestigio.

Las marcas de prestigio que son parte de esta campaña se caracterizan por dos aspectos que pocas marcas pueden ofrecer. Por un lado, la innovación y desarrollo constantes; por el otro, la garantía de la calidad. “Al adquirir una marca de prestigio el consumidor puede estar seguro que el producto tendrá exactamente la misma calidad sin importar el establecimiento donde lo adquiera”, aseguró Jaime Zabłudovsky, presidente Ejecutivo de ConMéxico.

Prácticamente, no hay hogar en el país que no consuma una de estas marcas para que sus integrantes conformen su alimentación, procuren la higiene del hogar y el cuidado personal, y disfruten de los buenos momentos en familia y con los amigos. Por ello, la familiaridad y la cercanía es también un componente del mensaje. “Un personaje reconocido por todos se une a las marcas que son parte nuestra vida diaria”, dijo Guido von der Walde, representante de Proeza Slai, agencia a cargo del concepto creativo de la campaña.

La campaña es también un refrendo del compromiso de las grandes marcas con el país. ConMéxico representa a las 42 empresas de productos de consumo más importantes con más de 700 marcas, las cuales engloban a más de 2 mil 500 productos alimenticios, de cuidado personal y del hogar y de bebidas alcohólicas. El promedio de permanencia de las empresas creadoras de estas marcas es de 60 años en el mercado mexicano, reflejando de manera fiel el valor inherente a las marcas y su acompañamiento en el desarrollo socioeconómico del país.

Al respecto, Jaime Zabłudovsky agregó, “En la coyuntura económica actual se facilita, por un lado, la oferta de productos similares que no cumplen con los estándares de calidad establecidos por las marcas de prestigio y, por otro, se acrecienta la tentación del recurrir al mercado informal. Esta visión de inmediatez puede traer inconvenientes para el consumidor”.

Consumir marcas de prestigio y preservar la confianza del consumidor es fundamental para mantener una economía fuerte. Aún en tiempos difíciles, las empresas mantienen la calidad del producto y el compromiso de la marca con sus consumidores permanece. Así lo demuestran las inversiones realizadas por algunas de las empresas de ConMéxico:

- Las 42 empresas asociadas figuran como importantes agentes económicos en México, al contar con más de 200 plantas de producción en el país, generar más de 450 mil empleos y acumular ventas totales superiores al 5% del PIB.
- Durante el último trimestre de 2008 y lo que va del 2009, además, se han registrado:
 - El lanzamiento de nuevos productos de consumo innovadores y de la más alta calidad.
 - La inauguración de plantas y/o ampliación de su capacidad productiva, tanto en México como en Centroamérica.
 - El mantenimiento de la planta productiva y la generación de más de 2 mil empleos en el país, aún en medio de las dificultades económicas.
 - Compras y adquisiciones de empresas y marcas de productos de consumo en Estados Unidos y Sudamérica.
 - Inversión en proyectos productivos que integran eficientemente la cadena de valor de la industria agroalimentaria.

Los productos y las marcas de ConMéxico se han integrado positivamente al entorno socioeconómico, contribuyendo así al desarrollo integral del país. Su consumo contribuye a mantener una economía vigorosa.

La campaña estará al aire en televisión abierta por los canales de Televisa 2, 4, 5 y 9 a partir del 22 de abril en horarios triple A. El spot televisivo tendrá una duración de 30 segundos. El spot también podrá ser visto por los consumidores en la página web de ConMéxico www.conmexico.com.mx

Contacto de prensa:
Cecilia Torres
Zimat Consultores
ctorres@zimat.com.mx
55545419