

La Cámara Nacional del Tequila y el CONAR firman convenio de colaboración

- La Cámara Tequilera se adhiere al Código de Ética de CONAR
- Para CONAR la publicidad responsable es siempre mejor publicidad: JBH

Junio de 2014.- En días pasados los Presidentes de los Consejos Directivos de la Cámara Nacional de la Industria Tequilera (CNIT), Licenciado Eduardo Orendáin Giovannini y del Consejo de Ética y Autorregulación Publicitaria (CONAR), Maestro José Luis Barros Horcasitas, suscribieron un convenio de coordinación por virtud del cual la Cámara Tequilera se adhiere al Código de Ética de CONAR y se sientan las bases para una futura colaboración en el desarrollo de un código sectorial para el Tequila y el monitoreo particular de la publicidad de esa categoría.

Con la suscripción de este acuerdo, ambas instituciones colaborarán no sólo en reforzar el cumplimiento de la legislación en materia de publicidad al interior de la Industria Tequilera, sino sobre todo, de monitorear a aquellos que hacen de la falta de afiliación a asociaciones y códigos de ética una ventaja competitiva ilegal, pero principalmente desleal para quienes deciden conducir sus negocios en orden y con estricto apego a la ley.

Implica igualmente el interés de la Industria Tequilera de sumarse a los esfuerzos y estrategias que se han venido desarrollando para combatir y prevenir el uso nocivo del alcohol.

Sobre la relevancia de este convenio, Eduardo Orendáin Giovannini señaló: "Siendo el Tequila un regalo de México para el mundo, la Cámara que representa a los productores de dicha categoría no podemos ni debemos mantenernos al margen de lo que ocurre a nivel mundial en la industria de bebidas en su conjunto particularmente cuando se trata de decisiones que se encaminan a proteger al consumidor para que éste disfrute sanamente de nuestro producto nacional por excelencia, cuando decida y pueda hacerlo. Qué mejor que recorrer ese camino con una institución que goza en México de la experiencia y el reconocimiento en temas de autorregulación y ética publicitaria".

Por su parte, el Maestro José Luis Barros Horcasitas, Presidente de CONAR, expresó: "Para mí es un honor cerrar con broche de oro mi gestión al frente del Consejo Directivo de CONAR con la firma de este convenio con la industria del Tequila, que es la primera denominación de origen mexicana, motivo de orgullo para todos los que nacimos en este país y nuestra carta de presentación en el extranjero. Felicito a todos los involucrados en este proyecto y me felicito por haber tenido la oportunidad de verlo cristalizado. Para el CONAR, la publicidad responsable es siempre mejor publicidad."

Los trabajos de análisis sobre la necesidad de desarrollar un código sectorial iniciarán de inmediato, al mismo tiempo que la determinación de la necesidad de contar con un monitoreo específico para esta industria.

Sobre la Cámara de la Industria Tequilera

La Cámara Nacional de la Industria Tequilera fue fundada en 1959, por lo que tiene más de 50 años trabajando por la Industria Tequilera. Hoy en día, la CNIT agrupa a las industrias que generan arriba del 85 por ciento de la producción, empresas que se caracterizan por su tradición, su compromiso con la calidad y el desarrollo de marcas.

La CNIT no solo representa a la Industria Tequilera sino la defiende, apoyando su desarrollo como actores competitivos y socialmente responsables a través de acciones de calidad que satisfagan sus necesidades y expectativas. Así también, orienta sus esfuerzos en la protección y promoción global de la Denominación de Origen Tequila, patrimonio de México, para el fortalecimiento de su prestigio e imagen.

Sobre el CONAR

El CONAR en México fue creado en 1997 por empresas anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones como un organismo autónomo de la iniciativa privada para actuar como conciliador en controversias publicitarias. Las empresas afiliadas al CONAR se regulan con base en un Código de Ética que contiene los principios de Legalidad, Veracidad y honestidad, Respeto y dignidad, Competencia justa, Publicidad comparativa, Salud, bienestar y cuidado del medio ambiente y Protección a la infancia.