



Mondelēz impulsa la cultura emprendedora al invertir en Start-Ups Mexicanas

- *Las tres mejores propuestas serán acreedoras a \$30.000USD cada una como financiación y tendrán la posibilidad de escalar e implementar su propuesta a nivel de Latinoamérica.*
- *Este modelo que busca emprender, integrando a todos los key players internos y externos, ha sido lanzado exitosamente en los EEUU, Australia, Brasil y Argentina.*
- *El proyecto se expande a nivel Latinoamérica e impulsa la innovación entre el talento interno de la compañía y jóvenes emprendedores.*

México, D.F., 15 de julio de 2015.- El proyecto “Digital Accelerator” se enmarca dentro de una nueva forma de trabajo con el propósito de atraer e impulsar nuevo talento emprendedor con herramientas que aceleren de manera exponencial el crecimiento de las marcas en el ámbito digital, con lo que *Mondelēz International*, continúa en el camino de la innovación potenciando los recursos creativos de sus marcas y uniéndolos con la aportación y talento de emprendedores mexicanos.

Para esto se reunirán equipos de marcas de Mondelēz con Start-Ups que posean productos digitales ya en etapa de desarrollo y, bajo el soporte de otros socios como **Google, Facebook, Twitter**, trabajarán en nuevas plataformas digitales que puedan aplicarse en áreas como: Social TV, Online Video, Publicación de Contenido, Crowdsourcing, Social Media, POB Geolocalización e E-Commerce.

La empresa detrás de algunas de las marcas mas grandes en México como **Oreo, Halls, Trident, Philadelphia o Tang**, ahora trae a México su “aceleradora” de negocios digitales para continuar impulsando la innovación alrededor de sus marcas y tiene como objetivo encender las conexiones de consumo de la empresa mediante la colaboración con algunas de las mentes más brillantes e innovadoras en el país.

A nivel mundial, *Mondelēz International* planea invertir 10% de su presupuesto de marketing en innovaciones móviles y espera que este esquema denominado *Futuros móviles* fomentará una cultura de “intrapreneurship” dentro de la organización para dar forma y resultados a su enfoque estratégico.

El programa *Digital Accelerator* ha sido una experiencia extraordinaria para nosotros y estamos encantados de llegar a México con la próxima ola de inversión. México no sólo es líder en Latinoamérica en acceso a plataformas móviles, también es un mercado estratégico para nosotros.” Comentó María Mujica. Directora de Marketing Latinoamérica de Mondelēz International.

“Este proyecto pone en acción lo que pensamos en Mondelez. Creemos que es el momento de APRENDER HACIENDO. Y que compañías grandes y chicas tienen cosas para aportar. Estamos animándonos a salir de nuestra zona de confort.”, agrega Maria Mujica, “Entendemos que digital no es sólo un medio, es un nuevo modo de operar y queremos abrir este espacio a aquellos socios que nos sumen nuevas visiones. Todos vamos a crecer y a aprender con proyectos como este...los partners, los equipos de Mondelēz y las marcas a la misma vez”. concluyó Mujica.



“Este es el principio de la cadena de valor compartida donde todos ganan; gana la Start-Up que es elegida, ganan nuestras marcas al traer talento e ideas frescas y gana el consumidor al encontrar nuevas y divertidas formas de interactuar con su producto favorito”, explicó XXX, Director de Marca de la categoría de xxxx de Mondelēz International México.

Acerca del Digital Acceletator

El programa comenzara con una selección de los Start-Ups y socios, participando en 4 sesiones en 4 ciudades de Latinoamérica: Buenos Aires, México D.F., Bogotá y San Paulo. Las empresas emprendedoras presentarán su plataforma para que los equipos de marca elijan con cual trabajar. De allí surgirán aquellos seleccionados para perfeccionar la propuesta haciéndola relevante para la marca asignada.

Estos equipos volverán 1 mes después y harán un pitch conjunto ante un jurado, siendo las tres mejores propuestas acreedoras a \$30.000USD como financiación y la posibilidad de trabajar un beta durante 30-45 días en conjunto con su Start-Up/Partner, trayendo luego su propuesta lista para implementar y posiblemente escalarla a nivel de Latinoamérica.

De esta manera, Mondelēz International apuesta a dar continuidad a su innovación creativa, apalancándose en fomentar la cultura emprendedora dentro de sus equipos de marketing y acelerando el desarrollo de plataformas digitales en los planes de las marcas.

Reinventado la lógica creativa

Mondelēz International cree en una nueva visión del negocio sustentado en relaciones más estrechas y ágiles con los consumidores. En las transformaciones que ocurren cuando se unen las grandes y pequeños emprendedores. Queriendo acelerar y dar rienda suelta a más innovación. Para que esto ocurra encuentra que es fundamental que sus equipos de marcas trabajen junto al pensamiento emprendedor y digital bajo la modalidad de "aprender haciendo".

En 3 años de vida, este proyecto ha proporcionado importantes experiencias que la compañía ha decidido aprovechar para multiplicar la potencia creativa de sus equipos.

Aprendiendo nuevas formas de trabajar más colaborativas, con jerarquías reducidas y con un fuerte aprecio por la integración de diversos equipos donde se mezclan diferentes orígenes, capacidades, modos de pensar y aprender haciendo.

La asociación de Mondelēz International con diversos protagonistas de la industria digital brinda una perfecta oportunidad para que los Start-Ups lleven sus creaciones a gran escala e inclusive expandirse en la región, así como ayuda a la compañía a identificar productos innovadores y nuevas formas de interactuar con sus consumidores.

=o0o=

Acerca de Mondelēz International

Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) es una de las más grandes compañías de botanas a nivel mundial con ingresos globales de 35 mil millones de dólares en 2013. Crea momentos deliciosos en 165 países y es líder en las categorías de galletas, chocolate, gomas de mascar, dulces, café y bebidas en polvo, con marcas de más de mil millones de dólares como las galletas Oreo, LU y Nabisco; los chocolates Cadbury, Cadbury Dairy Milk y Milka; la goma de mascar Trident; el café Jacobs y las bebidas en polvo Tang. Mondelēz International es orgulloso miembro de las 500 de Standard and Poor's, NASDAQ 100 y el Índice de Sostenibilidad de Dow Jones. Para más información visite www.mondelezinternational.com and www.facebook.com/mondelezinternational.