

## Mondelēz International presenta su nueva estrategia de negocio enfocada en impulsar a los mercados emergentes y el crecimiento de las marcas locales.

- *México se consolida como uno de los países más importante en Latinoamérica, con el 15% de las ganancias totales en la Región.*
- *La empresa buscará competir en nuevos segmentos de snacking en los que no está presente.*

**Ciudad de México a 17 de septiembre de 2018.-** Dirk Van de Put, director general global de Mondelēz International, compañía líder en la producción de snacks, presentó la nueva estrategia de negocio a nivel global que buscará un crecimiento orgánico neto de +3% y estará enfocada en dejar atrás la filosofía de 'eficiencia de bajo costo' y contención de gastos, para liderar una estrategia de inversión en crecimiento orientada a fortalecer las marcas locales que la compañía posee en más de 200 países alrededor del mundo.

Van de Put, junto con los presidentes regionales de Mondelēz International, señaló la importancia de capitalizar el liderazgo global de la compañía en el mercado de *snacks*, donde tiene una participación de 21% a través de categorías como galletas, chocolate, gomas y caramelos, quesos y abarrotos y bebidas en polvo. Este liderazgo puede permitirle a Mondelēz International apalancar su crecimiento en mercados emergentes, marcas locales e innovaciones ajustadas a las nuevas demandas de los consumidores en cada país. Los mercados emergentes representaron el 37% de los 26 mil millones de dólares en ganancias totales de la compañía el año pasado.

Van de Put señaló: "Con un liderazgo fuerte en nuestras categorías, un portafolio sin igual de marcas globales y locales, y una presencia sólida en mercados de rápido crecimiento, estamos posicionados en un lugar único para liderar el futuro del consumo de *snacks*. Hemos desarrollado un plan estratégico claro para acelerar el crecimiento centrado en el consumidor, promover la excelencia operacional y desarrollar una cultura de crecimiento ganadora".

Por esta razón, Mondelēz International anunció también su nuevo lema y propósito: **"*Snacking Made Right*" que busca ofrecer a los consumidores el *snack* correcto, en el momento correcto, hecho de la manera correcta.**

Por su parte, Alejandro Lorenzo, presidente ejecutivo de Latinoamérica para la compañía, señaló durante su presentación que la Región se encuentra en una posición inmejorable para convertirse en un motor de crecimiento para la compañía, pues en 2017 los países latinoamericanos representaron el 14% de las ganancias de la compañía, impulsada principalmente por Brasil y México.

De acuerdo con Lorenzo, México se ha convertido en un mercado con una oportunidad de crecimiento clave para la compañía, país donde la compañía lidera las categorías de gomas, caramelos, queso crema y bebidas en polvo. En México, Mondelēz International decidió sacar partido de su marca Oreo Chocolate para incursionar en el mercado del chocolate, un segmento que ya aporta el 24% de las ganancias en la región.

El directivo también señaló que México representa uno de los mercados más importante de Latinoamérica para Mondelēz International, pues aporta el 15% de las ganancias totales en la región, que abarca a más de 20 países en todo el continente.

Por su parte, Santiago Aguilera, Director de Asuntos Corporativos y de Gobierno en Mondelēz México comentó: “México es un ejemplo de cómo se están impulsando los objetivos globales de expansión a partir del fortalecimiento de los mercados locales. Por un lado, nos hemos enfocado en la innovación, tan solo entre 2017 y 2018 hemos lanzado 26 productos nuevos, entre los que destaca Sour Patch y Oreo Chocolate con el cual estamos abriendo una categoría inexplorada en la región. Asimismo, estamos incursionado en nuevos canales como el eCommerce con estrategias reconocidas ya como *best practice* al interior y exterior de la compañía”. Y agregó: “En México tenemos un compromiso continuo con la excelencia operacional, es por ello que tan solo en dos años hemos invertido alrededor de 150 millones de USD en Planta Puebla (chicles y caramelos) y Planta Ecatepec (queso Philadelphia) con el fin de modernizar y fortalecer las cadenas de producción y consolidar a ambas plantas como ejemplos de calidad, seguridad y desempeño en la región”.

El compromiso del negocio con México como un país clave para la región es una realidad y en los próximos meses continuaremos viendo iniciativas de crecimiento orientadas a fortalecer los pilares de nuestra estrategia global.

#### **Acerca de Mondelēz International**

Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) está construyendo la mejor compañía de *snacks* en el mundo, con ingresos netos de aproximadamente 26 mil millones de dólares en 2017. Al crear más momentos deliciosos de alegría en aproximadamente 160 países, Mondelēz International es un líder mundial en la elaboración de galletas, chocolates, gomas de mascar, dulces, y bebidas en polvo, con Marcas Poderosas como las galletas Oreo y Belvita; los chocolates Cadbury Dairy Milk y Milka, y la goma de mascar Trident. Mondelēz International es orgulloso miembro de los índices bursátiles Standard & Poor’s 500, NASDAQ 100 y del Dow Jones Sustainability Index. Por favor visite [www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com) o siga a la compañía en Twitter en [www.twitter.com/MDLZ](https://www.twitter.com/MDLZ).