

Mondelēz México lanza Clorets Plus: sin azúcar y con un beneficio funcional contra el mal aliento

- ***Clorets Plus contiene Actizol®, un ingrediente activo desarrollado por la compañía que neutraliza y combate por completo el mal aliento.***
- ***El lanzamiento es una de las apuestas de la compañía para fortalecer su liderazgo en México, donde produce 7 de cada 10 chicles que se consumen.***
- ***De acuerdo con Euromonitor, la categoría en México tiene un valor de mil 94.3 millones de dólares.***

Ciudad de México a 17 de mayo de 2019.- Mondelēz International, líder global de *snacks* con marcas que forman parte de la vida de millones de personas como *Trident*, *Clorets*, Queso crema *Philadelphia*, *Halls*, *OREO* y *Tang*, anunció el lanzamiento de Clorets Plus, una plataforma de gomas de mascar sin azúcar que fortalece el liderazgo de la marca a través de la integración del Actizol®, un ingrediente activo que neutraliza y combate por completo a las bacterias causantes del mal aliento.

El lanzamiento de Clorets Plus se enmarca en la nueva estrategia de la compañía: *Snacking Made Right*, que busca ofrecer a los consumidores el snack correcto, en el momento correcto y hecho de la forma correcta, a través de productos innovadores que se adapten a sus necesidades y preferencias actuales.

Con una trayectoria de 66 años a nivel internacional, Clorets llegó a México en 1984 y desde entonces se ha convertido en el aliado número uno de millones de consumidores que buscan una goma de mascar que de frescura y les brinde confianza gracias a la clorofila, ingrediente distintivo de este producto.

El lanzamiento de Clorets Plus refuerza la identidad de la marca como una goma de mascar que ayuda a combatir el mal aliento, con dos grandes innovaciones, por un lado al ofrecer una plataforma de chicles libre de azúcar y por otro, al integrarle un beneficio funcional como el Actizol®, un ingrediente activo desarrollado por Mondelēz International que ayuda a encapsular y eliminar por completo el mal aliento de manera clínicamente comprobada.

“Sabemos que tener una sensación de aliento limpio nos hace sentir más seguros y confiados. Por esta razón creamos Clorets Plus, una nueva goma de mascar con una nueva fórmula mucho más efectiva contra el mal aliento: al no tener azúcar previene el crecimiento de bacterias que causan el mal aliento, y a través del ingrediente activo Actizol®, combate el problema por completo”, señaló Luis Lazcano, Director de Gomas y Caramelos para Mondelēz México.

Con 14 trimestres de crecimiento consecutivo, Mondelēz México es el segundo impulsor de negocio para la empresa en la región de Latinoamérica, por lo que este lanzamiento complementa la estrategia de la compañía para llegar a nuevos segmentos de *snacking*.

México ocupa el segundo lugar a nivel global en consumo de chicle, con un consumo per cápita de entre 200 y 300 gramos al año, lo que lo convierte en un mercado con un valor de aproximadamente mil 94.3 millones de dólares de acuerdo con Euromonitor.

La compañía cuenta con una fuerte presencia en el sector nacional - donde 7 de cada 10 chicles vendidos son de Mondelēz México – y con más de 90 años de historia, cuando se introdujo una de las marcas más icónicas de chicles en México: Chiclets.

Santiago Aguilera, Director de Comunicación y Asuntos Corporativos para Mondelēz México comentó: “Ampliar nuestro portafolio para seguir la tendencia global de ofrecer productos con menos azúcar y beneficios adicionales se ha convertido en una parte central de nuestros esfuerzos de liderar el futuro del snacking centrandó nuestras acciones y negocio alrededor de lo más importante para nosotros: el consumidor. En México esto significa presentar un producto tan innovador como Clorets Plus en una categoría de gran importancia a nivel local, como lo es Gomas y Caramelos.”

El lanzamiento de Clorets Plus se integra al amplio portafolio de gomas de mascar de Mondelēz México, que cuenta en Puebla con la planta de chicles más grande del mundo en términos de volumen de producto terminado, donde hoy en día se producen 72 mil toneladas de chicles al año y que exporta el 52% de su producción a países como EUA, Canadá, China, América Latina y Sudáfrica.

Clorets Plus llega a 800 mil puntos de venta a través de los 3 canales principales de la compañía: detalle, mayoreo y moderno, acompañado de una campaña integral de marketing y publicidad en medios digitales y tradicionales que destaca las propiedades mejoradas del producto, a través de comerciales que reflejan la esencia de la marca.

El portafolio de *Clorets Plus* contempla 5 productos de lanzamiento:

- Chicle confitado: Clorets 4s
- Chicle confitado: Clorets 6s
- Chicle suave: Clorets 5s tipo americano
- Chicle confitado: Clorets 12s
- Chicle suave: Clorets 18 Value Pack

Consulta la nueva campaña y comerciales en las redes sociales de Clorets México:

[Facebook](#)

[YouTube](#)

Acerca de Mondelēz International

Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) empodera a las personas a disfrutar snacks de la manera correcta en más de 150 países alrededor del mundo. Con ingresos netos de aproximadamente 26 mil millones de dólares en 2018, MDLZ está liderando el futuro del *snacking* con marcas icónicas globales y locales como Oreo, Belvita, Cadbury Dairy Milk, Toblerone y 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 o siga a la compañía en Twitter en www.twitter.com/MDLZ.