

Por primera vez en la historia dos marcas líderes de *snacks* se enfrentan para impulsar los eSports en México: Trident y Halls frente a frente en la Liga Mexicana de Videojuegos 2019

- *Trident y Halls llevarán a los ganadores de Rivals a competir en el torneo más importante de videojuegos, el EVO 2019 en Las Vegas.*
- *Esta iniciativa se enmarca en la misión de Mondelēz International de estar cerca de sus consumidores en México, donde 7 de cada 10 personas consumen chicles hechos por la compañía.*

Ciudad de México a 17 de junio de 2019. - Trident y Halls, marcas líderes de Mondelēz México, anunciaron junto con eSports LATAM la edición 2019 de la Liga Mexicana de Videojuegos (LMV) bajo el concepto **Rivals**, siendo la primera vez que dos marcas icónicas de *snacks* se desafían y presentan un evento de alto perfil en el sector mexicano de los deportes electrónicos.

La nueva edición de la LMV estará compuesta por torneos presenciales de títulos como *Super Smash Bros. Ultimate*, *Fortnite* y *Rainbow Six Siege* que se llevarán a cabo entre junio y diciembre de este año. La participación de Trident y Halls en la LMV introducirá la modalidad de **Rivals**, un nuevo concepto que enfrenta a dos equipos, cada uno patrocinado por alguna de las dos marcas y que se apalanca en la esencia fundamental de los eSports: la competencia.

Rivals plantea enfrentar por primera vez como rivales a los equipos de las marcas hermanas Trident y Halls en las diferentes competencias de la LMV 2019. Bajo este concepto, los participantes podrán representar a la plantilla con la que más se identifiquen de acuerdo con sus gustos y a la identidad de cada una de las marcas, representadas en este caso por dos de los influencers más relevantes del medio *gamer*, Juan Guarnizo en el #TeamHalls y Ari Gameplays en #TeamTrident, quienes atraerán a los jugadores a sus equipos a través de redes sociales.

La alianza de Trident y Halls con la LMV es el reflejo de la apuesta de la compañía por desarrollar estrategias de *fearless marketing*. “Sabemos que tanto los chicles como los caramelos son fieles acompañantes de los *gamers*, ya sea para atravesar grandes desafíos y llegar al final de una historia o para enfrentar esas largas y emocionantes partidas en línea.

“Tanto Halls como Trident han estado ahí acompañando jugadas memorables, combos impresionantes y batallas épicas. Con esta nueva apuesta, buscamos acercar las marcas a nuestros consumidores y ofrecerles el snack ideal en el momento correcto para refrescar su boca y su mente, e impulsarlos a llegar lo más lejos posible”, señaló Adrián Camacho, Marketing Manager de Gomas y Caramelos para Mondelēz México.

La industria de los videojuegos en el país y en el mundo ha crecido exponencialmente en los últimos años. Actualmente el sector mexicano tiene un valor de 1.9 mil millones de

dólares, lo que convierte al país en el noveno mercado más importante a nivel mundial de acuerdo con Newzoo. La misma agencia de inteligencia de mercado señala que las ganancias globales de eSports en 2019 se estiman en 1,096 millones de dólares con alrededor de 454 millones de espectadores.

Estas cifras ponen de manifiesto la importancia de continuar impulsando el desarrollo de la industria de los deportes electrónicos en el país, en la que la LMV ha jugado un papel clave. Cabe mencionar que desde 2016, la Liga ha reunido a más de 60 mil participantes y medio millón de espectadores en tres ediciones; el éxito ha sido tal que eSports LATAM replicó el concepto en Colombia, con el fin de expandir la escena competitiva en el continente.

Con esta nueva apuesta, *Rivals* busca impulsar a la comunidad profesional *gamer* en México a través de una serie de torneos que les dará la oportunidad de demostrar sus habilidades y representar al país en una competencia internacional. En su primera etapa, la LMV reunirá a los mejores jugadores de su Circuito *Fighting* en un evento presencial el 4 de julio en *Arena The Place To Play Artz Pedregal*. Los ganadores de este evento tendrán la oportunidad de viajar a EVO 2019 en Las Vegas, el torneo más importante de videojuegos de pelea a nivel mundial, gracias al patrocinio de Tridents y Halls.

Con su participación en la LMV, Mondelēz México confirma la misión de enfocarse en el consumidor local con una estrategia innovadora dirigida a un segmento en constante crecimiento en el país: los *gamers*.

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 Milka, 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