

## Mondelēz México presenta el concepto ‘Consumo Consciente de snacks’ como parte de su estrategia de negocio basada en los consumidores

- *El concepto busca inspirar a las personas para sacar el máximo provecho de su experiencia de snacking.*
- *Se trata de un enfoque conductual que invita a ser conscientes de qué, por qué y cómo comemos, generando una experiencia positiva con la comida.*
- *Desde 2014 Mondelēz International integró el concepto “Consumo Consciente de Snacks” como parte de su estrategia de bienestar.*

**Ciudad de México a 2 de octubre de 2019.** – Mondelēz México, empresa líder en *snacks*, anunció la introducción en el país de su concepto de bienestar ‘Consumo Consciente de snacks’ con el cual busca impactar positivamente los hábitos de consumo de *snacks* de millones de mexicanos. Esta presentación se da dentro de la celebración del “Día del Propósito”, que la compañía estableció para conmemorar su séptimo aniversario y un año del lanzamiento de su nuevo propósito: “Empoderar a las personas para consumir snacks de la manera correcta”.

El concepto ‘Consumo Consciente de snacks’ está basado en el enfoque conductual conocido como *Mindfulness* o “Atención plena”, que invita a las personas a prestar atención al momento presente. Se trata de enseñar a nuestros consumidores a disfrutar de cada bocado, tanto física como emocionalmente, para que puedan integrar un *snack* a cualquier estilo de vida, con efectos positivos probados<sup>1</sup> en los hábitos de consumo de quienes lo aplican. El ‘Consumo Consciente de snacks’ ayuda a tener más control sobre los hábitos de alimentación, menor culpa y mayor satisfacción de la experiencia de *snacking*.

Desde 2014 Mondelēz International integró el ‘Consumo Consciente’ como parte de su estrategia de promoción de estilos de vida saludables en las comunidades en donde está presente. Durante estos años, la compañía ha construido un entendimiento sólido sobre las conductas de consumo de snacks de las personas a través de investigaciones científicas, conferencias y asesorías de expertos en la materia.

En todo el mundo, el ritmo de vida de las personas ha cambiado sus hábitos de consumo, es por ello que la línea entre un *snack* y una comida se ha diluido. De acuerdo con una encuesta global de Nielsen en 60 países, el 76% de las personas comen un *snack* para calmar el hambre entre comidas y la mayoría de los adultos comen entre uno y dos snacks por día<sup>2</sup>. Esto se ha traducido en un incremento en la demanda de los consumidores por productos prácticos, funcionales y que los haga sentir bien.

En este sentido, Mondelēz International ha realizado esfuerzos por expandir su plataforma de Bienestar, al cual significó el 26% de sus ganancias totales a nivel global en 2018. En

---

<sup>1</sup> [Revisión del rol del consumo consciente en conductas de snacking](#). Warren, James. Universidad de Cambridge. 2017.

<sup>2</sup> Bellisle F. Meals and snacking, diet quality and energy balance. *Physiol Behav.* 2014; 134:38-43.  
<https://www.health-pro.snackmindful.com/>

México la compañía cuenta con un portafolio de bebidas 100% reducidas o libres de azúcar, 100% de gelatinas híbridas (bajas en o libres de azúcar) y un 70% de gomas y caramelos libres de azúcar.

“En Mondelēz International creemos que las personas no deberían tener que escoger entre consumir un *snack* y comer bien. La indulgencia en moderación también es una parte importante de su bienestar. El concepto de ‘Consumo Consciente’ busca impulsar a las personas a comer *snacks* con intención y atención. El objetivo es enfocarnos en qué es lo que queremos comer, por qué comemos y cómo nos hace sentir ese alimento, generando una experiencia positiva con la comida. Esta propuesta es sustentable en el tiempo ya que puede ser practicada por cualquier persona, en cualquier momento y en cualquier lugar”, señaló Cecilia Garavano Directora Regional de Nutrición para Mondelēz Latinoamérica.

La estrategia de la empresa está enfocada en duplicar el negocio en el país en los próximos 5 años. Es por ello que ha decidido que Mondelēz se escribe con M de México, lo que significa implementar acciones locales y relevantes para el consumidor, así como la creación de conceptos enfocados en las necesidades del mercado mexicano, como el enfoque de ‘Consumo Consciente’.

Y es que de acuerdo con Santiago Aguilera, Director de Comunicación y Asuntos Corporativos para Mondelēz México: “La introducción del concepto de ‘Consumo Consciente’ en México responde a la misión de la compañía de liderar el futuro del *snacking* a través de una estrategia de negocio centrada en el consumidor, con el objetivo de brindarles el *snack* correcto, en el momento correcto, hecho de la manera correcta. Buscamos empoderar a los consumidores para consumir *snacks* de la manera correcta, al ofrecerles productos que conozcan, en los que confíen en términos de valor, oferta y calidad y que los hagan sentir bien al consumirlos”.

Para difundir el concepto de ‘Consumo Consciente de snacks’, Mondelēz México contará con el apoyo de Adriana Sandoval, reconocida nutrióloga con más de 20 años de experiencia en hábitos alimenticios, quien buscará invitar a los consumidores reflexionar cómo y por qué consumen *snacks*. Según Sandoval “a través de sencillas preguntas como: ¿Por qué necesito un *snack*? ¿De qué tengo antojo? ¿A qué sabe?, y ¿Cómo me hace sentir? es posible crear una experiencia de consumo más satisfactoria que impacta positivamente en la relación de las personas con los *snacks*”.

#### 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](http://www.mondelezinternational.com) o siga a la compañía en Twitter en [www.twitter.com/MDLZ](https://www.twitter.com/MDLZ)