

Impulsando la cultura de trabajo asociativa entre emprendedores, equipos de marketing de marcas y plataformas digitales destacadas

Mondelez International presenta Digital Accelerator, una iniciativa disruptiva donde crear y aprender

- *El proyecto se expande a nivel Latinoamérica e impulsa la innovación entre el talento interno de la compañía y jóvenes emprendedores, guiados con la experiencia del **Fly Garage** y la asociatividad con empresas como **Google, Facebook y Twitter**.*
- *Reunidos en un gran ecosistema, la compañía combina multiplicidad de profesionales que trabajan en equipos en pos de idear nuevos proyectos en digital para marcas icónicas como **Oreo, Milka y Tang**.*
- *Las tres mejores propuestas serán acreedoras a U\$S 30.000 cada una como financiación y tendrán la posibilidad de escalar e implementar su propuesta al mercado real.*

Buenos Aires, julio de 2015 - El proyecto "Digital Accelerator" se enmarca dentro de una nueva forma de trabajo para "aprender haciendo" 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 empleados y uniéndolos con la aportación y talento de emprendedores.

La usina del [Fly Garage](#) y la asociación con aceleradoras de negocios como **Wayra** y **Nxtp** permiten que Start-Ups y marketineros co-creen en conjunto nuevos prototipos de ideas y formas de trabajo colaborativas poniendo foco en llevar la relación entre las marcas y los consumidores a otro nivel.



Para esto profesionales de Mondelez y Start-Ups con productos digitales ya en etapa de desarrollo se fusionan bajo el soporte de otros socios estratégicos como **Google, Facebook, Twitter Spotify, Endemol** para trabajar en nuevas plataformas digitales que puedan aplicarse en áreas como: Social TV, Online Video, Publicación de Contenido, Crowdsourcing, Social Media, POB Gelocacion e E-Commerce.

"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 cómoda.", comenta **Maria Mujica**, Directora de Marketing y Comunicaciones de Mondelez International Latinoamérica. A lo que agrega: *"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. Mezclándolos y sumándolos todos vamos a crecer y a aprender con proyectos como este...los socios, los equipos de Mondelēz y las marcas a la misma vez”.

La empresa detrás de algunas de las marcas más importantes como **Oreo, Beldent, Tang, Halls o Tang**, incorpora a sus procesos creativos su “aceleradora” de negocios digitales para continuar impulsando la innovación alrededor de sus marcas y teniendo como objetivo encender las conexiones de consumo de la empresa mediante la colaboración con algunas de las mentes más brillantes e innovadoras en Latinoamérica, una de las regiones más avanzadas en acceso a plataformas móviles además de un mercado estratégico.

Acerca del Digital Accelerator

El programa comienza 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 Pablo. 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 U\$S 30.000 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.

Este modelo que busca emprender, integrando a todos los key players internos y externos, ha sido lanzado exitosamente en los EEUU y Australia vía [Mobile Futures](#). 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.

- Aceleradoras de negocio: [Wayra](#), [NXTP](#)
- Algunos socios estratégicos del ecosistema digital: [Social Tools](#), [Winclap](#), [Flimper](#), [Etermax](#), [Spotify](#), [Twitter](#), [Google](#), [Favtv](#), [Periscope](#), [Endemol](#), [I am at](#), [Facebook](#), [Capptu](#), [Brandme](#), [Masterkiwi](#), [AdMobilize](#), [YuMe](#), [Mitu/Maker](#), [Hitsbook](#)

Reinventado la logica creativa

Mondelez 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 y de esta forma fomentar el soporte de su usina creativa el **Fly Garage**. 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 **Fly Garage** 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 Mondelez International con diversos protagonistas de la industria digital brinda una perfecta oportunidad para que los Start-Ups lleven sus invenciones a gran escala pudiéndolos expandirse en la región, así como ayuda a la compañía a identificar productos innovadores y nuevas formas de interactuar con sus consumidores.



Acerca de Mondelez International

Mondelez International Inc. (NASDAQ: MDLZ) es una empresa líder mundial en chocolates, galletas, chicles, caramelos y bebidas en polvo, con ingresos en el 2014 por U\$S 34 mil millones y creando deliciosos momentos de alegría en 165 países. La compañía tiene su origen en la decisión estratégica de Kraft Foods Inc. de dividir en Octubre 2012 su negocio de alimentos de Norteamérica y así crear dos compañías líderes en la industria: una perteneciente al negocio de snacks con alcance global y otra específicamente para el sector de alimentos del mercado norteamericano. El portfolio de Mondelēz International incluye marcas que superan los mil millones de dólares en facturación anual como ser los chocolates Cadbury y Milka, el café Jacobs, las galletas Oreo, Nabisco y LU, la bebida en polvo Tang y los chicles Trident. Mondelez International es miembro de los índices Standard & Poor's 500, del NASDAQ 100 y del Dow Jones de Sustentabilidad.

Visite www.mondelezinternational.com - www.facebook.com/mondelezinternational - [@MDLZ](https://twitter.com/MDLZ)



Patricio Daschuta – Coord. Comunicaciones Externas Mondelēz International – patricio.daschuta@mdlz.com // 5411-4853-1474