

CON UN CRECIMIENTO SIGNIFICATIVO:

Mondelēz apuesta por la sostenibilidad, el balance de género y la paridad salarial

La matriz de marcas como Club Social y Toblerone ha tenido un crecimiento anual de dos dígitos y logros en diversidad e inclusión al término del primer semestre de este año. En Chile, 56% de sus colaboradores son mujeres, cifra que llega a 40% en cargos directivos, mientras que a nivel global exhibe la eliminación de la brecha salarial entre ambos géneros.

Mondelēz International tiene doce años de historia, nació en 2012 sobre la base de varias empresas predecesoras, la mayoría de las cuales tienen más de 100 años de trayectoria, como Kraft, Cadbury y Nabisco, entre otras. Actualmente, la empresa está enfocada en cuatro ejes: Crecimiento, Ejecución, Cultura y Sostenibilidad.

Sobre la sostenibilidad, Sebastián Belloni, director general de la compañía, explica que para 2025 esperan que 100% de los empaques sea diseñado para ser reciclable—actualmente, 95% ya lo es—y buscan continuar con la reducción de emisión de CO2 en un 10% anual comparado a la base de 2018.

En esta línea, han implementado distintos pilotos para reducir las emisiones de dióxido de carbono en sus operaciones, como el uso de un camión eléctrico para la entrega de sus productos. “Venimos trabajando arduamente en Chile,

así como en otros mercados donde existe la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP) para cumplir con la normativa. Estamos trabajando la información oportuna, pertinente y formamos parte de sistemas colectivos como ReSimple”, afirmó Belloni. Cabe destacar que ReSimple es un gran sistema colectivo de gestión que busca dar cumplimiento a la Ley REP.

Otro de los pilares esenciales por los que trabaja la empresa es la diversidad e inclusión. En el país, el 62% de las posiciones gerenciales y de liderazgo de la compañía están ocupadas por mujeres. Y a nivel global, hay 45% de paridad de género en cargos de líderes y se eliminó la brecha salarial entre géneros. “Estamos orgullosos de promover la paridad, la diversidad, el talento y los modelos disruptivos de trabajo”, afirmó Belloni. Respecto de los objetivos para el resto del año, Belloni explica que la empresa está enfocada en ofrecer una mayor cantidad de opciones atractivas para



Según cifras de Mondelēz, más de 40% de los hogares chilenos elige Oreo entre sus galletas favoritas.



“Nuestra estrategia de Mindful Snacking busca promover momentos de consumo consciente de snacks. Para lograrlo trabajamos en cuatro frentes: control de porciones y comportamiento consciente a través de paquetes en porciones individuales e información en las etiquetas; seguir mejorando nuestros ingredientes y nutrientes, brindando productos deliciosos; entregar opciones que satisfagan las expectativas cambiantes de nuestros consumidores y comercializar responsablemente de acuerdo con altos estándares éticos”.

Sebastián Belloni, director general de Mondelēz.

el mercado de snacks en Chile, que presenta elevados consumos per cápita. Esto por medio del desarrollo del portafolio de la empresa con marcas claves como las galletas Oreo y Club Social, chocolates Milka y Toblerone, los chicles Trident y los caramelos Halls. De acuerdo con el director general de Mondelēz, las galletas Oreo están dentro de las preferidas de los consumidores en Chile y en toda Latinoamérica. Según cifras de la empresa, más de 40% de los hogares nacionales elige Oreo entre sus galletas favoritas.

CANALES DE VENTA DE LA COMPAÑÍA

Sobre los canales de venta que van a privilegiar en el futuro, Belloni explica que continuarán con sus

clientes de canal moderno, que son aquellos que comercializan productos de manera masiva, como supermercados y farmacias. Además, continuarán desarrollando el mercado tradicional de almacenes y kioscos, “para llegar a cada vez más lugares con nuestras marcas. Son parte relevante de la economía del país, por lo que venimos creando planes que nos permitan no solo estar en todos los canales, sino fortalecer nuestra participación en ellos, ofreciendo una mayor cantidad de opciones atractivas para el mercado local, fomentando el desarrollo profesional de nuestros colaboradores y trabajando en sustentabilidad. Mondelēz International quiere mantener el liderazgo de snacks en Chile”, afirmó Sebastián Belloni.



La sostenibilidad es uno de los pilares fundamentales de Mondelēz, por lo que tienen como objetivo que para 2025, el 100% de los empaques sea reciclable.