EXCELSIOR
EL PERIÓDICO DE LA VIDA NACIONAL

| Fecha | Sección | Página |
|---|---|---|
| 17.01.2025 | Dinero | 2 |


**OPORTUNIDADES PARA ACT II**

# Mexicanos, de los más palomeros del mundo

## **SÓLO DEBAJO** de Estados Unidos, el mercado local es un buen consumidor del producto de maíz

**POR ERÉNDIRA ESPINOSA**
*erendira.espinosa@gimm.com.mx*

Este 19 de enero se celebra el Día internacional de las palomitas de maíz, "y los mexicanos son de los más palomeros del mundo", aseguró Alberto Cavia, vicepresidente y director general de Conagra Brands México, compañía detrás de la marca Act II.

"Somos super palomeros los mexicanos, porque realmente el maíz está muy metido en nuestra cultura. Fuimos de los primeros que inventamos el consumirlo de manera regular. También en México somos bien botaneros, en México se consumen cerca de 20 kilos *per cápita* al año de botanas saladas y dulces; el segmento de palomitas de maíz, hace aproximadamente unos 400 gramos al año de consumo per capitalidad", dijo Cavia.

En entrevista con **Excélsior,** el director de Conagra Brands señaló que van a impulsar la celebración del Día de la Palomita por primera vez como marca en nuestro país, porque todavía ven potencial de crecimiento en esta división de negocio.

"Lo queremos celebrar a través de nuestras plataformas y canales de distribución. Además estamos preparando mucha más innovación. Actualmente, estamos lanzando una nueva extensión de marca que es X-Quitez, tanto en palomitas de microondas como en listas para comer, vamos a seguir con campañas para reforzar que es una gran botana a comparación con otras por el tema de indulgencia, sensorial, además del bajo contenido calórico".

México es el segundo mercado de mayores ventas de palomitas de maíz para Conagra Brands, solo después de Estados Unidos. En nuestro territorio, la compañía cuenta con seis líneas de producción de palomitas de microondas y una de palomitas listas para consumo.

"En palomitas de microondas somos líderes, tenemos un porcentaje de participación de mercado alto, somos líderes por mucho, 10 veces más que el competidor que nos sigue. En palomitas listas para comer somos el segundo competidor en el mercado. Cuando sumas todo el segmento de palomitas, tanto de microondas, como de listo para comer, somos definitivamente líderes con más de la mitad del consumo que hay en México", reveló el directivo.

De acuerdo con el ejecutivo, la categoría de botanas crece a ritmo de 12% en nuestro país y Act II avanza a un ritmo similar, tendencia que esperan mantener hacia adelante.

"Tenemos niveles de penetración de hogares que están al mismo nivel de la penetración de los hornos de microondas, que es de 47%", aseveró.

Para el directivo, las palomitas tienen todo a su favor para seguir creciendo, pues son una botana arraigada en nuestra cultura.

**EL DATO**

**Consumidores**

- La moda de comer palomitas en el cine inició en Estados Unidos en 1912.
- En México, el consumo de palomitas de maíz alcanzó su pico en 2022, con una cantidad estimada de 32.9 millones de kg consumidos.




$ 56942.00
Tam: 401 cm2

Continúa en siguiente hoja

| Fecha | Sección | Página |
|---|---|---|
| 17.01.2025 | Dinero | 2 |

