

20
23

Informe Sectorial

Sector

Alimentos & Bebidas

Elaborado por: Isabella Salazar
Rosas

ÍNDICE

1. Descripción del Sector
2. Marco Legal e Institucional
3. Análisis de Competencia
4. Oportunidad para empresas extranjeras
5. Nuevas tendencias del sector
6. Entrevistas a afiliados
7. Ferias, congresos y entidades relevantes
8. Contacto

Descripción del Sector

El sector de los alimentos y las bebidas avanza progresivamente, buscando nuevas oportunidades de producción y tecnología para estar preparado ante cualquier situación. Según el DANE, en Colombia, esta industria representa el 3% del PIB, y según la Superintendencia de Sociedades genera alrededor de 650 mil empleos (Guerrero, 2023). Para el 2022, el crecimiento económico de este sector se ubicó en el 6,5% según la Andi, lo cual se reflejó en el hecho de que se gastaron \$80,14 billones en alimentos entre el mes de enero y abril de 2022, de los cuales los productos desarrollados por las industrias de aceites, carnes y derivados, cereales, etc., representaron \$32,51 billones de la cifra total (La República, 2022).

Adicionalmente, si bien la economía nacional e internacional disminuyó los años posteriores a la pandemia de Covid-19, el sector de los alimentos y las bebidas demuestra ser uno de los más constantes y fuertes, pues a pesar del inesperado evento, presentó un crecimiento frente a la economía en general (La República, 2022). Así, según el DANE, las exportaciones de Colombia en dicho sector durante el primer periodo del año pasado alcanzaron los \$5.400 millones de dólares, mientras que las importaciones para este periodo representaron cerca del 14% del total importado en el país (ACIS, 2022).

Tal como se observa en las siguientes gráficas del Boletín Técnico del DANE para 2022, algunos de los grupos y productos que más se importaron del sector entre septiembre 2021 y septiembre 2022 fueron los productos alimenticios y animales vivos; materiales crudos; bebidas y tabacos; y aceites, grasas y ceras de origen animal y vegetal -en el respectivo orden-. Para septiembre de 2022, las compras del grupo Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron de US\$1.016,1 millones CIF y presentaron un aumento de 38,4% en comparación con septiembre de 2021, lo cual se explica por el aumento de las importaciones de Productos alimenticios y animales vivos (29,8%), como se muestra a continuación:

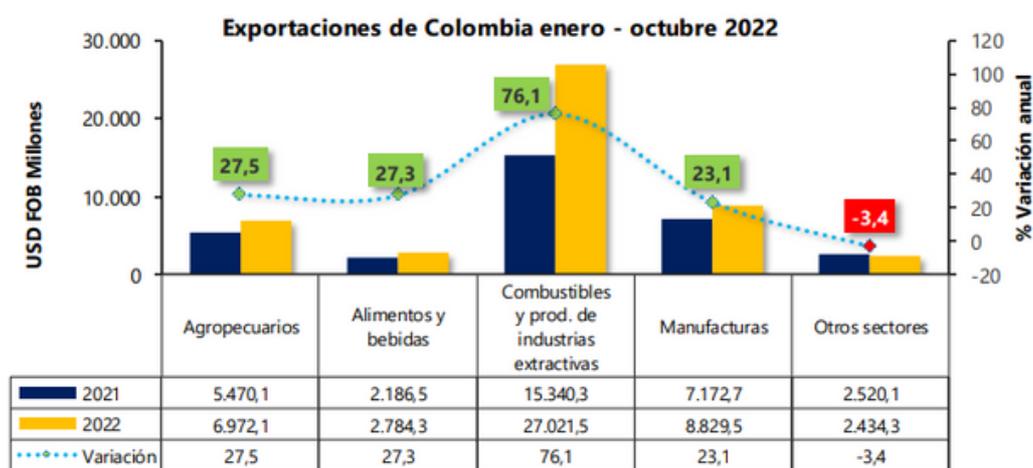
Tabla 1. Importaciones según grupos de productos OMC: Septiembre (2021/2022)

Sección / Capítulo	Descripción	Septiembre 2021	Septiembre 2022	Variación
		(Millones de dólares CIF)		%
	Total	5.733,3	6.695,8	16,8
	Agropecuarios, alimentos y bebidas	734,3	1.016,1	38,4
0	Productos alimenticios y animales vivos	558,2	724,6	29,8
2	Materiales crudos no comestibles, excepto los combustibles	58,5	124,6	113,1
1	Bebidas y tabacos	47,2	71,8	52,3
4	Aceites, grasas y ceras de origen animal y vegetal	70,5	95,1	34,9

Fuente: DIAN - DANE, 2022

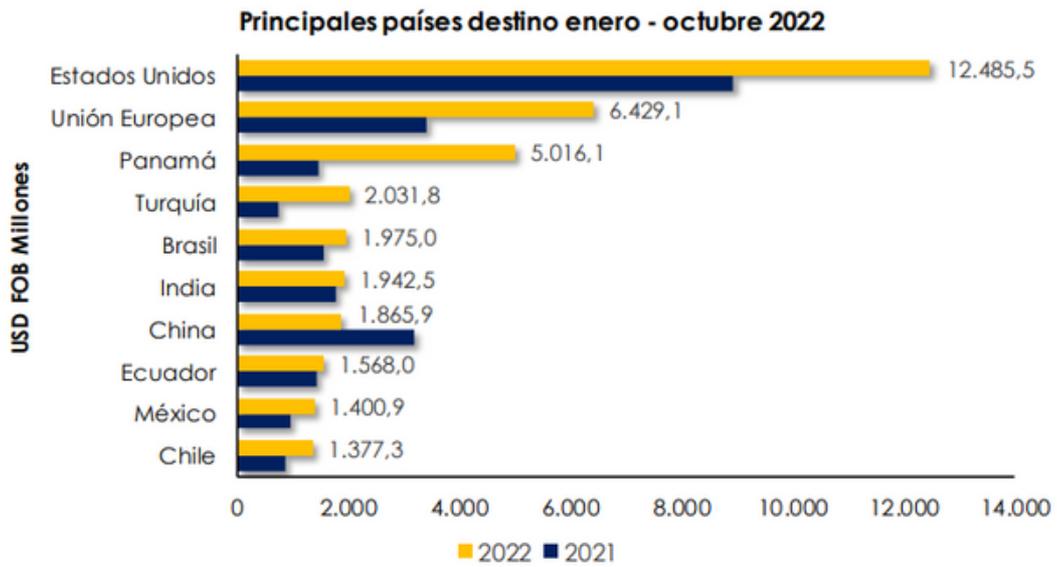
En el caso de las importaciones, los países a los cuales más se realizaron dichas transacciones desde 2021 (origen) fueron Estados Unidos, con una participación del 45%, siendo este el mayor proveedor identificado. En segundo lugar se encuentra Ecuador con una participación de 6,5% y en tercer lugar Canadá, con un promedio del 6,4% (Rincón, 2021).

Respecto a las exportaciones, para el mes de octubre de 2022, estas alcanzaron la cifra de USD FOB 2.784,3 millones, presentando un crecimiento del 27,3% frente al mismo periodo del año anterior. Los productos de mayor contribución a la variación total fueron los aceites y grasas fijos de origen vegetal en bruto (45,5%), azúcares (32,1%), y cereales (17,6%) (ANALDEX, 2022), observando los diversos valores en la siguiente gráfica:



Fuente: ANALDEX, con base en DANE, 2022

En el caso de las exportaciones, el principal destino fue Estados Unidos con un crecimiento del 39,9%, pasando de USD FOB 8.921,6 millones en 2021 a USD FOB 12.485,5 millones en 2022, siendo así el destino que representa cerca del 26% de las ventas externas de Colombia. Los principales productos con mayor crecimiento hacia el país estadounidense en el sector de los alimentos y las bebidas fueron el café, té y especias (43,2%) y azúcares y confites (42,7%). En segundo lugar se encuentra la Unión Europea, la cual alcanzó ventas de USD FOB 6.429,1 millones y presentando un crecimiento del 88,3%, impulsado gracias a productos como los vegetales (13,3%) (ANALDEX, 2022). A continuación se presenta una gráfica con otros destinos relevantes para las exportaciones en Colombia:



Fuente: ANALDEX, con base en DANE, 2022

De esta manera, y tal como se muestra en la siguiente gráfica, se demuestra que el sector de los alimentos y las bebidas se encuentra en una continua expansión y crecimiento, al mantenerse constantemente en auge desde mediados de 2013, lo cual permite generar fuertes proyecciones que estiman que esta industria tendrá ventas anuales por más de \$26.500 millones de dólares para el 2024, mientras que se espera que la demanda crezca un 4% anual en los próximos años, observando aquí la importancia y buenas bases con las que cuenta el sector (Invest in Bogotá, 2021).



Fuente: Invest in Bogotá con base en Euromonitor, 2021

Marco Legal e Institucional

El sector de los Alimentos y las Bebidas en Colombia es un tema ampliamente seguido y regularizado por las autoridades del país al ser un pilar importante para la economía. Así, Colombia cuenta con el Conpes 113 de 2008, el cual estableció la Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PNSAN), que consiste en el conjunto de estrategias, acciones y objetivos propuestos por el Estado para:

1. Proteger a la población de situaciones negativas como la alimentación inadecuada y la hambruna.
2. Asegurar a la población el acceso a alimentos de calidad oportunamente.
3. Lograr la integración y coordinación de los diversos entes e instituciones que intervienen en el sector alimentario en el país.

Para el correcto funcionamiento y seguimiento de dichos objetivos, la Política creó la Comisión Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional – CISAN, como la autoridad máxima al cargo de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en Colombia, con la finalidad de fortalecer los instrumentos de gobernabilidad de las entidades pertenecientes al sector (ICBF, 2021).

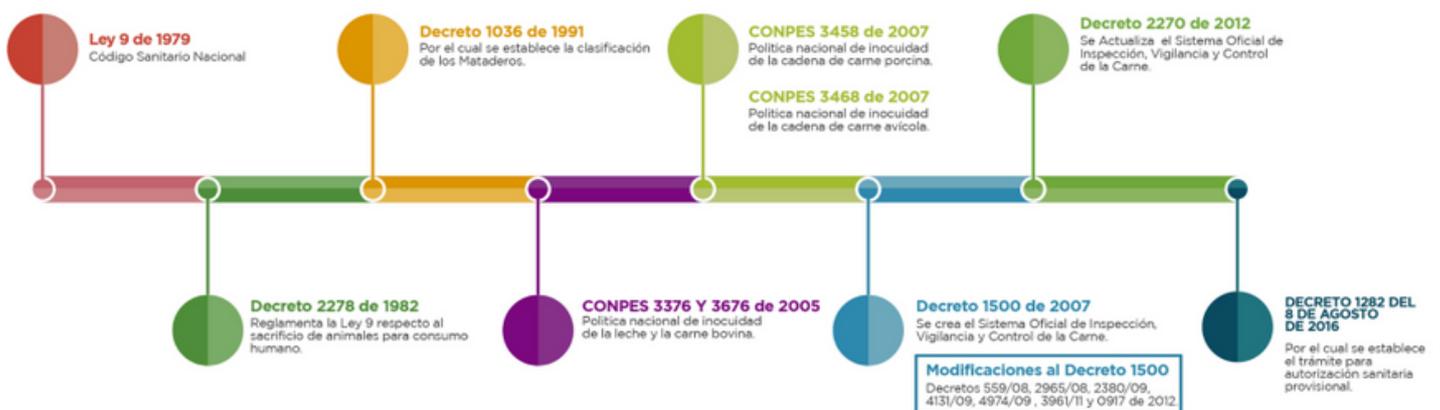
Asimismo, el gobierno de Colombia establece el Plan Nacional y los planes territoriales de SAN (PTSAN), posterior al PNSAN, el cual es el conjunto de acciones, metas, objetivos y estrategias desarrolladas desde el Estado, y dirigidas hacia la sociedad civil con el fin de proteger a la población de la alimentación inadecuada y el hambre, y asegurar el acceso a los alimentos junto a la coordinación de las intervenciones intersectoriales (Departamento Nacional de Planeación, 2023).

Por otro lado, mantener una empresa en el sector de los Alimentos en Colombia implica una gran responsabilidad, pues es imperativo brindar productos de la más alta calidad posible, razón por la cual se hace fundamental la Legislación de Alimentos en Colombia, que permite contar con altos estándares de calidad y proteger tanto al consumidor como a la población en general. A continuación, se presentan algunas de las resoluciones más importantes en este sector (FOMAN, 2023):

- Resolución 2674 de 2013 -Requisitos sanitarios-: Establece los requisitos sanitarios necesarios para el cumplimiento de las actividades de fabricación, preparación, almacenamiento, distribución y comercialización de alimentos y materias primas.

- Resolución 810 de 2021 -Etiquetado Nutricional y Frontal-: Establece los parámetros y requisitos para el etiquetado e información nutricional de los alimentos empacados para consumo de personas, así como sellos de advertencia para productos que contengan altas cantidades de sal, azúcares añadidos, etc.
- Resolución 2505 de 2004 -Transporte de Alimentos-: Reglamenta las condiciones a cumplir de los vehículos que transporten pescado, carne o alimentos corruptibles.
- Resolución 666 de 2020: Acopla el Protocolo General de Bioseguridad para mitigar y regular el manejo de la pandemia del Coronavirus COVID-19.
- Decreto 1500 de 2007 -Carne, Comestibles y Derivados-: Establece el reglamento mediante el cual se crea el Sistema Oficial de inspección, Vigilancia y Control de la carne, Productos cárnicos comestibles y Derivados cárnicos dirigidos al consumo humano, a la vez que dictamina los requisitos sanitarios que se deben cumplir desde la producción primaria, hasta el procesamiento, transporte, comercialización, importación o exportación del alimento.
- Resolución 719 de 2015 -Clasificación de Alimentos-: Decreta la clasificación de los alimentos para consumo humano siguiendo el riesgo para la salud pública que cada uno pueda presentar.

Un gran ejemplo del marco normativo en Colombia es el de la cadena cárnica, el cual establece diversos tipos de herramientas desde leyes, hasta decretos que buscan facilitar la cadena productiva y distributiva en el país, tal como se observa a continuación (Santamaría, Barón, Estupiñan, Becerra y Arcila, 2021):



Fuente: Santamaría, Barón, Estupiñan, Becerra y Arcila, 2021

En conclusión, y tal como se observa en la legislación alimentaria, Colombia cuenta con una amplia gama de elementos legales e institucionales que comprenden diversas reglas jurídicas para regular la industria de los alimentos y las bebidas, con dos fines principales: proteger la salud del consumidor por medio de políticas de higiene y seguridad, y proteger al consumidor de fraudes y adulteraciones, garantizando la calidad de todos los productos. Así, se resalta la amplitud de la legislación colombiana, a la vez que se recomienda su correcta interpretación y conocimiento por parte de los actores involucrados en todo el proceso de la cadena de abastecimiento de los alimentos (Ramírez, s.f).

Análisis de Competencia

En la actualidad, 10 empresas del sector de alimentos y bebidas se ubican en los primeros 90 puestos del ranking de las 1.000 empresas más grandes de Colombia, publicado por la Superintendencia de Sociedades, en donde se demostró que hubo un aumento del 31,6% en sus ingresos operacionales. Cabe resaltar que, esta industria facturó para finales de 2021, 87.7 billones de pesos, logrando añadir 9 empresas más en dicho ranking, pasando de 70 a 79 empresas, de acuerdo a los activos e ingresos (Goula, 2022).

Así, se presentan 5 de las 10 primeras empresas del sector de los alimentos y las bebidas junto a su posición en el ranking previamente mencionado de acuerdo a Goula, 2022:

- 1. Grupo Nutresa:** 12.7 billones de pesos
Puesto general en 2022 (8) - Puesto en el sector en 2022 (1)
- 2. Bavaria:** 9 billones de pesos
Puesto general en 2022 (15) - Puesto en el sector en 2022 (2)
- 3. Kopps Comercial:** 7.9 billones de pesos
Puesto general en 2022 (19) - Puesto en el sector en 2022 (3)
- 4. Postobón:** 3.7 billones de pesos
Puesto general en 2022 (42) - Puesto en el sector en 2022 (4)
- 5. Industria Nacional de Gaseosas (Indega-Coca Cola Colombia):** 3 billones de pesos
Puesto general en 2022 (53) - Puesto en el sector en 2022 (5)

Por otro lado, según el ranking de Innovación Empresarial 2022, cinco de las quince empresas más innovadoras del país pertenecen precisamente a la industria de alimentos y bebidas. Estas compañías invirtieron 16 billones de pesos en innovación y tecnología, lo que corresponde al 6% del total de las ventas realizadas en el año 2021, en donde, se resalta el Grupo Nutresa -el cual ocupó el primer puesto en el ranking ya observado-, cómo la empresa más innovadora del país (Parada, 2022).

Tal como se puede evidenciar en la siguiente imagen, este sector representó cerca del 3% del total del PIB y tuvo ganancias para ese año por \$4.43 billones de pesos (La República, 2021), observando la importancia y peso de las empresas colombianas en la industria, a la vez que demuestran competitividad y buen posicionamiento tanto a nivel nacional como regional, reflejando una amplia diversidad competitiva en el mercado con otras empresas tales como Colanta, Bavaria y Alpina, quienes también se ubican en varios puestos del ranking ya mencionado.



Fuente: La República con base en DANE, 2021

Colombia demuestra ser un lugar favorable para la producción y desarrollo de los productos alimenticios (Araujo, 2013), ya que

- Cuenta con una ubicación geográfica estratégica, gracias a que el país posee una extensa zona costera sobre el océano Atlántico y Pacífico, lo que facilita la salida de comercio a través del mar, así como el amplio desarrollo de diversas zonas portuarias. Asimismo, está conectado con cinco países de la región por medio de sus fronteras: Panamá, Ecuador, Perú, Venezuela y Brasil. Esto le garantiza al país posibilidades para el desarrollo bilateral de comercio, específicamente en este sector.

- Cuenta con condiciones climáticas adecuadas, lo que le permite contar con climas cálidos y tropicales, hasta nevados. Debido a esto, hay una gran variedad de productos alimenticios, siendo un ejemplo el banano, algodón y arroz, que se cultivan a nivel del mar; el café, caña de azúcar y naranja, que se cultivan entre los 1.000 y 2.000 metros de altura; y finalmente agricultura que se puede dar en los páramos localizados entre los 3.000 y 4.500 metros de altura.

De esta manera, Colombia se presenta como una plataforma atractiva para el desarrollo de la competencia y del comercio mundial, teniendo un gran potencial en productos de diversas industrias gracias a su ubicación geográfica, clima, diversidad y potencial agrícola, y su flexibilidad y estabilidad jurídica, contando con varias empresas fuertemente competitivas a nivel nacional, que facilitan la demanda proveniente del continente europeo y la región norteamericana mayormente.

Oportunidad para las empresas extranjeras

Como se ha observado, hay algunos factores en el país que influyen en el comportamiento positivo del sector de los alimentos y las bebidas, uno de los principales es que se cuenta con una producción local agrícola e industrial de la mayoría de alimentos que componen la canasta familiar, sumado a que últimamente los valores del flete internacional están cediendo y hay un panorama cada vez más estimulante para las empresas que buscan innovar e ingresar con dicha industria (La República, 2022).

Ahondando en la ciudad de Bogotá, Invest in Bogota (2021) presentó varios puntos clave sobre la importancia del sector y las oportunidades que existen en esta importante ubicación del país para las empresas extranjeras:

1. Por ser el principal mercado y centro de producción de alimentos y bebidas de Colombia al absorber el 43 % de las ventas de esta industria en el país, siendo también el domicilio de 40 de las 100 principales empresas del sector de alimentos y bebidas.
2. Por el apoyo gremial e institucional para el desarrollo de la industria, puesto que el país está implementando estrategias para la modernización y atracción de inversión en el sector, buscando presentar un ambiente favorable para las empresas en el exterior.
3. Bogotá es el mayor centro de consumo del país, a la vez que absorbe cerca del 64% de las importaciones colombianas, y el 40% de las importaciones de bebidas y alimentos en general, lo cual es un referente importante para aquellas empresas que quieran incursionar en el sector.

Adicionalmente, se presentan diversas oportunidades de inversión para las empresas extranjeras, dentro de las cuales se resalta la producción de materias primas orgánicas y alimentos funcionales, la cobertura de la demanda de alimentos por medio de herramientas y formatos como marcas privadas y tiendas minoristas de descuento, y operaciones enfocadas al desarrollo de logística e infraestructura conectadas con la formalización de la cadena de valor de la industria en el país (Invest in Bogota, 2021).

Organizaciones tales como ICEX España Exportación e Inversiones y la Oficina Económica y Comercial de España en Bogotá han identificado una necesidad creciente de la población colombiana y cadenas de supermercados, que buscan productos de origen español de calidad. Así, existe una demanda en auge de parte de Colombia, que busca proveer al mercado con un espectro extenso de productos que sean españoles, tales como **aceitunas (con propuestas innovadoras en presentación y formatos), carnes veganas, bebidas probióticas, productos congelados tipo snack, sal con certificación Orgánica, snacks saludables, vinos orgánicos y vinos biodinámicos** (ICEX, 2020).

Se resalta que el mercado colombiano otorga grandes oportunidades para las empresas españolas del sector de los alimentos y las bebidas, gracias a la demanda cada vez mayor de productos no tan tradicionales, de modo que, “el incremento de la clase media y el poder adquisitivo del consumidor medio en Colombia hace que los productos españoles sean cada vez más accesibles, lo que hace que cada vez haya más oportunidades para las empresas españolas” (ICEX, 2020, párr.6).

Asimismo, Colombia se presenta como un destino muy apetecido y favorable para la inversión y empresas extranjeras, haciéndose esto visible en el hecho de que en cinco años se han presentado más de 130 nuevos proyectos con negocios por más de \$2.187 millones de dólares en distintos ámbitos del sector, siendo un ejemplo la industria agrícola, en la cual se han llevado a cabo proyectos de tecnificación con el fin de exportar los productos a nivel global y abrir el mercado en otras industrias fuertes, lo cual brinda un panorama interesante para aquellos que quieran iniciar en el sector (González, 2022).

Nuevas tendencias en el sector

Todos los años, la industria de los alimentos y las bebidas aspira a innovar con el fin de satisfacer las constantes y crecientes necesidades de los consumidores con productos acordes a sus estilos de vida y gustos (Cubas, 2023). De esta manera, se hace necesario identificar las tendencias para este 2023 con las cuales las empresas y vendedores podrán alcanzar este importante objetivo. Innova Market Insights resume algunas de las tendencias que se deben tomar en cuenta para el presente año:

1. Redefiniendo el valor: Implementación de estrategias como la flexibilidad en la lista de ingredientes y el aumento en la comunicación por parte de las marcas para que el consumidor comprenda el valor de lo que consume, todo esto en medio de la lucha contra el auge de los costos y la inestabilidad que se puede presentar en los mercados.

2. Empuje generacional: El sector de alimentos y bebidas está pendiente del público más joven, pues es este el que tiene más contacto con el mundo digital, y, por ende, son los grupos que comparten sus puntos de vista, lo cual será un reforzamiento positivo que puede aumentar el número de compradores.

3. Plant-based: Este sector se encuentra en expansión, por lo cual deberá incluir nuevos enfoques que se alejen de la imitación de los sabores y alimentos, para brindar una mejor experiencia al consumidor.

4. Nutrición al precio justo: Se está priorizando la compra de productos sencillos pero que a la vez sean nutritivos y asequibles para cualquier persona, de modo que, la naturalidad de los ingredientes y la información sobre la producción de los productos son datos favorables para el consumidor.

5. Lo digital: Desde la pandemia por Covid-19 los compradores se han mostrado más interesados en tener experiencias y compartirlas online, de modo que este año estará fuertemente marcado por el potencial digital con el que se cuenta en la actualidad.

6. Transparencia con los productos: Cada vez más, el consumidor es consciente de que no todos los productos o marcas son 100% perfectas, por lo que se confía en que sean honestas con lo que ofrecen. Así, se espera un mercado alimentario más auténtico y menos corporativo que impulse a los consumidores a elegir aquello que les brinde confianza y calidad a través de una comunicación y sustentabilidad más elevada.

Adicionalmente, se resaltan algunos puntos clave que ayudan a marcar tendencias para este 2023. Para comenzar, los biomateriales comienzan a ser fundamentales al implementarse cada vez más nuevas legislaciones sobre envases y materiales nocivos para el planeta, por lo que el desarrollo de alternativas orgánicas y biodegradables será importante para marcar la diferencia frente a otras empresas. Por otro lado, se resalta la importancia que tomarán las etiquetas y la información brindada al consumidor, puesto que cada vez más se buscarán alimentos limpios que demuestren tener un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Finalmente, las proteínas vegetales se incorporarán a las dietas, resaltando nuevamente la importancia que tendrá el sector plant-based de ahora en adelante (Food Retail, 2023).

En conclusión, y tal como se analizó previamente, se presenta un alza en tendencias de consumo de productos españoles que han ingresado el mercado colombiano, debido al creciente atractivo que presenta el mercado español para la población colombiana en los últimos tres años específicamente, con productos tradicionales como el aceite, los embutidos, vino y conservas de pescado, a la vez que aumenta el interés por productos no tan tradicionales como los alimentos veganos y las bebidas como los vinos biodinámicos y orgánicos (ICEX, 2020).

Entrevistas a Afiliados



Además de realizar una contextualización y proyecciones para el sector de los alimentos y las bebidas, entrevistamos en primer lugar a Luis Blanco, Gerente General de la empresa afiliada Martín Berdugo, haciendo un enfoque en la industria de las bebidas -vinos-; y en segundo lugar a Juan Ramón Vilaseca, Gerente de Operaciones de la empresa afiliada Vilaseca S.A.S, de la industria de los alimentos -cárnicos-, quienes nos comparten su opinión respecto a las condiciones actuales del sector en el país, algunos retos que se presentan y las oportunidades a futuro que se pueden encontrar en esta industria para las empresas interesadas en el mercado colombiano.



Luis Blanco
Gerente General
Martín Berdugo

¿Cómo describe la situación actual del sector de las bebidas en Colombia?

Colombia tiene muchísimo potencial, pues es un país que está creciendo sistemáticamente todos los años, aparte de que no es productora de vino y la cultura en torno al mismo está creciendo cada año, razón por la cual nos animamos a entrar al país haciendo todo el proceso de importación desde España para presentar a Colombia un buen producto, con un precio muy accesible, al ser nosotros mismos los que realizamos todos los procesos precisamente sin ningún intermediario.

¿Cuáles considera que son los principales retos del sector teniendo en cuenta el panorama actual en el país?

El inicio del proceso de importar los productos coincidió con todo el tema de la pandemia, con lo cual no sabíamos que iba a pasar en todos los sectores en general, ese momento de post-pandemia fue complicado porque nos tocó el tema de la documentación y siglas que no conocíamos (...)

...a la vez que no teníamos contacto presencial, lo cual fue un reto y supuso un año muy duro para la empresa. Así, uno de los retos más visibles fue el tema burocrático, el tema de los registros, creación de empresas y demás. No obstante, estamos muy contentos, fue un proceso que se pudo superar y llevar a cabo trabajando fuertemente desde el interior de la empresa.

¿Qué aporta el mercado colombiano a este sector en comparación con otros países de América Latina?

Primero decir que, Colombia nos encontramos como en casa, nos ha acogido como uno más y siempre nos reciben con los brazos abiertos. En el caso puntual de los negocios, sabemos que Colombia no es una productora de vino, es decir, si nos vamos a Chile o Argentina sabemos que tenemos competencia dentro del propio país, en Colombia no la tenemos, entonces es una ventaja muy grande respecto al mundo en el que queremos crecer. Por otro lado, lo que está pasando en Colombia, sobre todo con la gente joven es que cada vez más le están cogiendo gusto al vino, ya sea por la preferencia de viajes, por la influencia europea o de otros países, lo cual deja ver un crecimiento continuo e importante durante todos los años. Por ejemplo, en las ferias o eventos que se han visto en la capital de Colombia y otras ciudades, la mayor parte de la gente que acude es juventud, con lo cual se tiene un gran futuro y un gran potencial en el país.

¿Qué acciones se han realizado desde Martin Berdugo para innovar, centrándose en la expansión del mercado de la empresa de vinos específicamente?

Empezando, y enfocados en las nuevas generaciones, ya empezamos desde la propia bodega en donde las etiquetas son, ni mejores ni peores, sino diferentes, con diseños desde una bicicleta hasta una moto por ejemplo, de modo que, tratamos de manejar un toque moderno que cambie la visión de lo que queremos mostrar.

Martin Berdugo no se encuentra en supermercados, o en grandes superficies, solamente estamos en el tema de restaurantes y vinotecas, lo cual te hace un poco más elitista dentro de lo que cabe en el mundo del vino, pero siempre apostando por el etiquetado, las ferias y eventos a los cuales asisten lo más jóvenes, siempre pensando en esas futuras generaciones que son las que nos están haciendo crecer por lo menos en Colombia. Al final, también somos diferentes culturas y es normal que sea un proceso de adaptación.

Finalmente, ¿Qué proyecciones tienen como empresa a futuro en cuanto a este sector?

De inmediato tenemos seis referencias en el mercado colombiano y buscamos incorporar alguna más dentro de lo que es la gama de Martin Berdugo, y estamos preparando una segunda marca un poco más económica, enfocada a esa gente joven para que pueda tenerlo más al alcance de la mano, un producto más económico de muy buena calidad lógicamente.



Juan Ramón Vilaseca
Gerente de Operaciones
Vilaseca



¿Cómo describe la situación actual del sector cárnico en Colombia y cuales son los retos que se presentan viendo este panorama?

El sector de los alimentos, puntualmente el sector cárnico presenta una inercia desde el 2022, el cual como cualquier sector industrial se vio muy afectado por una fuerte inflación de más de dos dígitos, que impacta directamente no solo en materias primas para la industria, sino también en los consumidores. Ese efecto inflacionario es un reto importante porque el impacto al final lo reciben los hogares, y como industria vemos que tenemos que llegar a los consumidores con alimentos que sean nutricionalmente óptimos pero que adicionalmente encajen dentro de las posibilidades de gasto, que cada vez más son un poco más restringidas.

El año pasado, también se tuvo un efecto de devaluación del peso colombiano frente a monedas fuertes como el dólar y el euro, y presentó una relación muy alta frente a los costos que se afrontaron como empresa en la industria cárnica, pues muchas de las materias primas son importadas y esto afecta la cadena de producción.

Cabe resaltar que, desde la ANDI se observan informes importantes relacionados con las tendencias y hábitos de consumo, en donde de \$270 billones de pesos que gastaron los colombianos en alimentos, cerca de \$105 a \$110 billones de pesos fueron provenientes de alimentos fabricados por el sector industrial, siendo el gran campeón la industria las carnes y sus derivados, lo que demuestra que a pesar de que se está más restringidos en la capacidad de gasto y consumo, el principal motivante sigue siendo la necesidad de alimentación y las preferencias por las proteínas cárnicas, desde lo cual Vilaseca juega un papel importante pues fabricamos preparaciones de charcutería un poco más especializadas que buscan entrar en un mercado más de nicho y de consumo por placer.

¿Qué medidas está tomando Vilaseca y cómo están innovando para ingresar al hogar colombiano teniendo en cuenta los retos que se presentan tanto para la empresa como para los consumidores?

Este año entraron jugadores importantes como las cadenas de descuentos altos, las cuales empiezan a ser una alternativa relevante y atienden la necesidad de los colombianos de comprar alimentos de la canasta básica de manera más económica, eso respondiendo desde la parte del consumidor.

Ahora, desde la parte de la empresa, vemos la necesidad de involucrar la tecnología y el desarrollo de una industria de proveedores avanzados para la industria alimenticia, que permitan desarrollar fórmulas a menores costos manteniendo una excelente base nutricional de los productos, entonces la clave será apoyarnos en empresas que ya tengan desarrollo tecnológico.

Desde Vilaseca, la mayoría de nuestras ventas están relacionadas con el food service: empresas o restaurantes que tienen preparación de alimentos atada a su actividad empresarial, las cuales son el principal motor que se está moviendo y nos están moviendo a nosotros, buscando no sólo ingredientes que importaban antes, sino también alternativas a menor costo que nosotros podemos o fabricar o conseguir a través nuestro, lo que demuestra una estrategia generalizada de buscar costos apropiados para crecer.

¿Cuál es el valor agregado del mercado colombiano en el sector de las carnes en comparación con otros países de América Latina?

Colombia tiene bastantes factores que lo hacen un lugar muy atractivo para el desarrollo industrial. En el entorno de América Latina, es un país que tiene una actividad industrial que siempre ha mantenido un crecimiento constante en los últimos años, y las tendencias de crecimiento son muy claras. Segundo, la ubicación geográfica, Colombia está en un punto medio en América que lo hace el país ideal para que muchas empresas puedan colocar su operación a nivel de ingredientes funcionales, desarrollo tecnológico de maquinaria, entre otros. En tercer lugar, Colombia tiene un privilegio importante que es la biodiversidad, fuentes hídricas y una capacidad de ingredientes exóticos que el día de mañana pueden ser materias primas o insumos que permitan diversificar o apoyar la creatividad del ingenio en una industria de alimentos que es muy dinámica. Esos tres factores considero que son los más relevantes por lo cuales las empresas que ya estamos acá o los que quieran establecer operaciones en Colombia lo pueden ver como algo muy beneficioso.

Finalmente, ¿Qué proyecciones tienen como empresa a futuro en cuanto a este sector?

Lo que pensamos es seguir abasteciendo las necesidades de lo que es food service, restaurantes, cadenas de empresas relacionadas con la alimentación, siguiendo como un proveedor de primera línea y adecuarnos a las necesidades de estas empresas. En cuanto a tendencias, mirar algunos escenarios cercanos para empezar a exportar con países cercanos, pues no lo hacemos en este momento para tener una participación más activa. A nivel local, buscamos cada vez más llegar a los consumidores con productos cárnicos que tengan procesos y elaboraciones más tradicionales, artesanales y limpios que estén relacionados con productos de alto valor agregado y una nutrición adecuada.

Eventos del sector en Colombia



Feria del hogar Bogotá 2023

Del 8 al 25 de septiembre 2023

Presencial

Bogotá, Colombia - Corferías

Enfoque: Cocina y Alimentación

<https://feriadelhogar.com/>



Expo I Alimentos

16 de agosto 2023

Presencial y virtual

Bogotá, Colombia

Enfoque: Innovación y disrupción de la industria de alimentos y bebidas

<https://www.revistaialimentos.com/es/eventos/e-xpo-ialimentos>

Eventos del sector en España



Fruit Attraction 2023

Del 3 al 5 de octubre 2023

Presencial

Madrid, España - IFEMA Madrid

Enfoque: Comercialización de productos alimentarios

<https://www.ifema.es/fruit-attraction>



Fehispor 2023

Del 2 al 5 de noviembre 2023

Presencial

Badajoz, España - IFEMA Feria de Badajoz

Enfoque: Relaciones comerciales, culturales y sociales entre España y Portugal

<https://fehisor.com/>



Alimentaria 2024

Del 12 al 15 de marzo 2024

Presencial

Barcelona, España - Fira Barcelona, Gran Vía

Enfoque: Bebidas y tecnologías para hoteles y restaurantes, industria alimentaria y alimentación

<https://www.alimentaria.com/>

Entidades del sector

- **Colombia:**

1. Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA

<https://www.invima.gov.co/>

2. Instituto Colombiano Agropecuario – ICA

<https://www.ica.gov.co/el-ica>

3. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

<https://www.minagricultura.gov.co/paginas/default.aspx>

- **España:**

Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición – AESAN

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/home/aecosan_inicio.htm

Bibliografía

ACIS. (2022). Panorama de la Industria de Alimentos en Colombia. Recuperado de <https://www.acis.org.co/portal/content/panorama-de-la-industria-de-alimentos-en-colombia>

ANALDEX. (2022). Exportaciones desde octubre. Dirección de Asuntos Económicos. Recuperado de <https://www.analdex.org/2022/12/19/informe-mensual-de-exportaciones-colombianas-octubre-de-2022/#:~:text=Al%20mes%20de%20octubre%20del,USD%20FOB%202.186%2C5%20millone s.>

Araujo, M. (2013). Colombia, plataforma para el comercio mundial. La República. Recuperado de <https://www.larepublica.co/archivo/colombia-plataforma-para-el-comercio-mundial-2038520>

Cubas, I. (2023). Tendencias 2023 en la industria de alimentos: Esto es lo que reporta Innova Market Insights. The food tech. Recuperado de <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/tendencias-2023-esto-es-lo-que-se-espera-en-la-industria-de-alimentos/>

DANE. (2022). Boletín Técnico Importaciones (IMPO). Septiembre 2022. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/importaciones/bol_impo_sep22.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (2023). Seguridad Alimentaria y Nutricional. GOV. Recuperado de <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-social/pol%C3%ADticas-sociales-transversales/Paginas/seguridad-alimentaria-y-nutricional.aspx#:~:text=Plan%20Nacional%20y%20los%20planes,los%20alimentos%20y%20coordinar%20intervenciones>

FOMAN. (2023). Legislación de Alimentos en Colombia. Recuperado de <https://www.foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/>

Food Retail. (2023). 10 tendencias que marcarán el sector de la alimentación en 2023. Recuperado de https://www.foodretail.es/food/tendencias-sector-alimentacion-sostenibilidad-nutricion-diseno_0_1731426856.html

González, X. (2022). La industria agrícola está llamada a liderar la inversión extranjera. Redagricola. Recuperado de <https://www.redagricola.com/co/la-industria-agricola-esta-llamada-a-liderar-la-inversion-extranjera/>

Goula. (2022). Estas son las 10 empresas más grandes de bebidas y alimentos en Colombia. Industria Alimenticia. Recuperado de <https://goula.lat/enterate/las-10-empresas-mas-grandes-del-sector-de-bebidas-y-alimentos-en-colombia/>

Guerrero, D. (2023). Cinco tendencias y predicciones para el sector de alimentos y bebidas en el 2023. Bloomberg Línea. Recuperado de <https://www.bloomberglinea.com/2023/01/21/cinco-tendencias-y-predicciones-para-el-sector-de-alimentos-y-bebidas-en-el-2023/>

Bibliografía

Rincón, N. (2021). Evolución de las exportaciones de Colombia. Dirección de Asuntos Económicos. ANALDEX. Recuperado de <https://www.analdex.org/2021/08/30/informe-sector-agropecuario-alimentos-y-bebidas/>

Santamaría, F; Barón, J; Estupiñan, O; Becerra, D y Arcila, B. (2021). Normatividad nacional e internacional asociada a cárnicos. Universidad Cooperativa de Colombia. Recuperado de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/00d514d4-adcb-4d52-8cdb-569088511866/content>



Contacto

La Cámara Oficial de Comercio de España en Colombia es una institución de carácter corporativo, sin ánimo de lucro reconocida oficialmente por el ministerio de Economía de España y con personería jurídica reconocida por el ministerio de Justicia de Colombia. Su misión es actuar en el interés de sus empresas afiliadas en Colombia y España, ayudando a crear espacios propicios para la generación de nuevos negocios que incrementen el volumen de intercambio comercial y de inversiones entre ambos países. Es una entidad comprometida con la calidad contando con la certificación ISO 9001 Bureau Veritas recertificada en agosto de 2015.

Cra. 7 #113-43 - Piso 8
Bogotá - Colombia
PBX: (+57-1) 7428800
contacto@camaco.es
www.camaco.es



contacto@camacoes.com.co



@camacoesco



@camacoes_co



@CamacoesColombia



+57 3006897579



@CamacoesColombia



Podcast Camacoes



@camacoes_co



Camacoes_co