

DECISIONES, INNOVACIÓN Y PROPÓSITO:

el rumbo del sector de
alimentos en 2025



Por Camilo Montes,
director ejecutivo de la Cámara de la
Industria de Alimentos de la ANDI.



El 2025 pasará a la historia como un año de cambios para la industria de alimentos en Colombia. No solo por los cambios económicos y tecnológicos que marcaron el año, sino porque el sector asumió con decisión su papel en la construcción de un país más sostenible, innovador y competitivo.

Tras un 2024 desafiante con los peores resultados en años, el sector en 2025 empezó a dar señales de alivio. La inflación descendió a 5,28 %, lo que permitió un respiro para los hogares y abrió espacio para que el consumo de alimentos en el hogar retomara impulso.

A agosto de 2025, categorías golpeadas en 2024 —, procesamiento de todo tipo de carnes, aceites y grasas, otros productos alimenticios y lácteos— comenzaron a recuperar terreno. Y, con ello, emergió un fenómeno interesante: el consumidor colombiano está redescubriendo el valor de los alimentos procesados.

Hoy busca practicidad, pero también bienestar, transparencia y la posibilidad de elegir. La conveniencia dejó de ser sinónimo de menor calidad; ahora representa confianza, seguridad y respaldo. Un reflejo de este cambio es el crecimiento del comercio electrónico, que ya representa cerca del 4 % de las transacciones del sector. Este dato revela a un consumidor más digital, curioso y exigente, para quien la trazabilidad, la experiencia de compra y la reputación de las marcas pesan tanto como el precio.

La inflación descendió a 5,28 %, lo que permitió un respiro para los hogares y abrió espacio para que el consumo de alimentos en el hogar retomara impulso.

Según el informe *Gastometría de RADDAR* a junio 2025, el 50,80% de las compras de alimentos fueron en Tiendas de Barrio, el 24,67% en Supermercados, el 12,03% en Hard Discount y el 7,44% en Almacén de gran cadena. Solo los Supermercados registraron un aumento en su participación durante el segundo trimestre de 2025 frente al mismo periodo de 2024. Este comportamiento podría estar relacionado con una mayor búsqueda de valor por parte de los hogares, ya que este canal ofrece





una mayor diversidad de productos y marcas, facilitando comparaciones y decisiones más informadas.

Un reflejo de este cambio es el crecimiento del comercio electrónico, que ya representa cerca del 4 % de las transacciones del sector.

PROCESAMIENTO CON PROPÓSITO

El procesamiento de alimentos vive un momento de reivindicación. Cada conserva, alimento fortificado o producto listo para servir involucra ciencia, innovación y seguridad alimentaria. Las empresas han respondido reformulando portafolios, rediseñando empaques sostenibles y educando al consumidor sobre el valor de un procesado responsable.

Cumplir con nuevas normas técnicas, avanzar en economía circular o reducir la huella ambiental ya no es una carga regulatoria: es una oportunidad para diferenciarse y conectar con un consumidor que exige coherencia entre el discurso y la acción.

Este enfoque también implica poner al consumidor en

el centro de la innovación. Comprender las preferencias y necesidades de los consumidores colombianos es clave para orientar la innovación alimentaria. Conocer sus valores, expectativas y preocupaciones permite desarrollar productos procesados que no solo nutren, sino que conectan con estilos de vida diversos, informados y cada vez más exigentes frente a la salud, sostenibilidad y transparencia.

Cumplir con nuevas normas técnicas, avanzar en economía circular o reducir la huella ambiental ya no es una carga regulatoria: es una oportunidad para diferenciarse y conectar con el consumidor.

Adicional a ello, las nuevas tecnologías están cambiando significativamente la forma como se diseñan, producen, distribuyen y venden alimentos. La adopción de las tecnologías ha venido transformando la cadena alimentaria. Inteligencia artificial, biotecnología, blockchain, robótica y nanotecnología (términos que parecían lejanos) hoy son realidades cotidianas. Más de una decena de tec-

nologías FoodTech emergentes ya se aplican en producción, trazabilidad y desarrollo de nuevos productos.

Este cambio ha multiplicado la eficiencia, abierto oportunidades para alianzas con startups y universidades, y generado un nuevo desafío: formar talento digital y acelerar la adopción sin temor. Porque en un sector tan estratégico como el de alimentos, la tecnología no reemplaza el toque humano: lo amplifica.

SOSTENIBILIDAD QUE SE SIENTE

Según el PMA, en el país 19,2 millones de personas enfrentan dificultades para acceder a los alimentos y de estos 16,3 millones toman decisiones para afrontar el hambre. La sostenibilidad no puede quedarse en los reportes: debe sentirse en la realidad. Por eso, el sector ha fortalecido los Bancos de Alimentos, adoptado energías renovables e impulsado modelos circulares que integran a las comunidades rurales.

Ser sostenible no es solo proteger el medio ambiente: es cuidar de las personas y garantizar su bienestar. Ese compromiso también se evidencia en la relación con el Estado. Durante 2025, la industria buscó una interacción más técnica y colaborativa con las autoridades, que ha permitido avanzar en la discusión de algunos reglamentos técnicos, facilitar la innovación haciendo más ágil los nuevos registros ante el INVIMA y reforzar la diplomacia sanitaria para llegar a nuevos mercados. Cuando las normas se vuelven aliadas, la innovación y la sostenibilidad caminan al mismo ritmo.

Haciendo un resumen, este año nos deja una certeza: innovar no es solo crear productos nuevos, sino generar bienestar colectivo. Cada decisión, cada ajuste y cada avance tecnológico suma a un propósito común: que todos los colombianos puedan acceder a alimentos seguros, nutritivos y sostenibles.

La industria de alimentos avanza con visión, compromiso y propósito. Y hacerlo juntos —empresas, autoridades y consumidores— será, sin duda, el ingrediente más poderoso para el 2026 que ya comienza a asomarse.

En Colombia, 19,2 millones de personas enfrentan dificultades para acceder a los alimentos y de estos 16,3 millones toman decisiones para afrontar el hambre.

