JUNIO 2026
EDICIÓN 01
VERSIÓN DIGITAL

INDUSTRIA

Alimentaria

EDITORIAL
La industria de los procesados en tiempos de cambio

+ **EL MAPA QUE NO SE VE:** Dónde y cómo se procesa la comida en Colombia

+ **EL RELEVO SILENCIOSO:** En la industria de alimentos

ANÁLISIS

EL IMPACTO DE UN NUEVO SELLO EN ALIMENTOS

La industria pide una regulación técnica y equilibrada

CARLOS CARDONA
Director de Investigación y Desarrollo, Asoembutidos



www.asoembutidos.com

EMBUTIDOS EN TIEMPOS DE CAMBIO

La industria de embutidos en Colombia y América Latina enfrenta uno de los momentos más exigentes de su historia reciente.

EQUIPO EDITORIAL

Dirección editorial
Asoembutidos

Dirección General
Santiago Martín

Diseño y diagramación
Estudio y concepto

Contacto:
contacto@asoembutidos.com
www.asoembutidos.com

Editorial

No se trata de una crisis temporal, sino de una transformación estructural impulsada por regulaciones como impuestos saludables, etiquetado frontal y un consumidor más informado. Ante estos desafíos, surge una pregunta clave: ¿el sector evolucionará para seguir siendo competitivo?

Según el DANE, la subclase "Carnes preparadas, charcutería y otros productos cárnicos" tiene un peso significativo en el consumo de hogares pobres y vulnerables, incluso mayor que en los de ingresos altos. Esto demuestra que los embutidos son una parte esencial del consumo diario en Colombia. Cambios en precios o disponibilidad afectan directamente a la economía y el bienestar social. Además, la industria está profundamente interconectada con proveedores, agroinsumos y comercio, amplificando el impacto de cualquier desaceleración.

Con el avance del etiquetado y el impuesto saludable, la industria debe adaptarse, reformulando productos y desarrollando opciones no gravadas para mantener la competitividad. La innovación tecnológica es clave para modernizar plantas y procesos, mientras que el liderazgo debe evolucionar, tomando decisiones basadas en datos y combinando tradición con tecnología.

La competencia ya no solo son otros embutidos, sino alternativas como proteínas frescas y comidas preparadas. La pregunta es: ¿se limitará el sector a resistir los cambios o liderará su propia transformación?

Este es el momento para redefinir el liderazgo del sector para la próxima década.

TABLA DE CONTENIDO

04 **El impacto de un nuevo sello en los alimentos**
Más allá de una etiqueta

05 **Del fundador empírico al líder del siglo XXI:**
el relevo silencioso en las industrias de alimentos

07 **Lecciones desde Alemania:**
lo que puede aprender la industria latinoamericana

10 **El mapa que no se ve:**
dónde y cómo se procesa la comida en Colombia

13 **Así va la batalla por la hamburguesa más rápida del mundo:**
lista en 90 segundos para disfrutar en casa

14 **El auge de los charcuteros:**
la ciencia detrás de la charcutería que ahora se enseña en cursos

15 **Empaque:**
una herramienta estratégica para la industria de alimentos



EL IMPACTO DE UN NUEVO SELLO EN LOS ALIMENTOS

Más allá de una etiqueta: costos, transformación industrial y el riesgo de simplificar el debate nutricional

La nutricion no puede entenderse como un producto aislado

CARLOS CARDONA
Director de Investigación y Desarrollo, Asoembutidos

La industria alimentaria colombiana atraviesa uno de los momentos más desafiantes de las últimas décadas. Mientras el país avanza en nuevas discusiones sobre etiquetado frontal, consumo responsable y salud pública, sectores como el de embutidos y charcutería enfrentan un reto mayor: continuar transformándose para responder a las nuevas demandas nutricionales sin poner en riesgo la sostenibilidad de miles de empresas, empleos y actividades productivas que hacen parte fundamental de la economía nacional.

En este contexto, la propuesta del Ministerio de Salud de implementar un nuevo sello frontal de advertencia para alimentos ultraprocesados abrió nuevamente el debate sobre la forma en que Colombia debe construir sus políticas alimentarias. Para la industria, la discusión no puede limitarse únicamente a la incorporación de un símbolo en los empaques. Detrás de cada ajuste existen implicaciones técnicas, económicas, logísticas y operativas que impactan directamente a cientos de compañías del sector.

Rediseño de empaques, actualización de inventarios, cambios en líneas de impresión, adecuaciones de producción, reformulación de productos y nuevos costos asociados hacen parte de una transformación que, aunque muchas veces invisible para el consumidor, representa importantes inversiones para la industria alimentaria.



“Dentro de este panorama, el sector de embutidos y charcutería cumple un papel relevante no solo por su aporte económico, sino también porque alimenta diariamente a millones de hogares colombianos. El sector de los embutidos y charcutería también forma parte del motor de desarrollo económico y social e históricamente ha aportado de manera positiva a la cultura gastronómica del país, acompañando durante décadas las dinámicas de consumo y la evolución de la alimentación en Colombia”.

CARLOS CARDONA
Director de Investigación y Desarrollo,
Asoembutidos

21%
del PIB manufacturero corresponde a la industria de alimentos.

260.000
empleos formales genera la industria de alimentos en Colombia

Fuente: ANDI

UNA INDUSTRIA EN CONSTANTE TRANSFORMACIÓN

Por un lado, los sellos frontales de advertencia tienen un efecto inmediato sobre la percepción del consumidor en el punto de venta. Por otro, el incremento de cargas tributarias sobre determinadas categorías impacta directamente los precios finales y modifica las dinámicas de consumo del mercado.

Para el sector, el desafío no es únicamente comercial. La acumulación de nuevas exigencias obliga a las empresas a acelerar procesos de reformulación, innovación y adaptación tecnológica que implican inversiones significativas en investigación y desarrollo.

Sin embargo, el entorno actual evidencia una presión creciente sobre la industria. A las exigencias derivadas del etiquetado frontal se suma la entrada en vigor de las tarifas máximas del impuesto a los alimentos ultraprocesados contempladas en la Ley 2277 de 2022, generando un escenario que varios actores del sector califican como una "tormenta regulatoria" para la industria de alimentos procesados.

La transformación ha sido permanente. Reducción de sodio en distintas líneas de producto, incorporación de nuevas tecnologías de conservación, mejoras en perfiles nutricionales, fortalecimiento de procesos de inocuidad y desarrollo de alternativas más alineadas con tendencias de consumo hacen parte de una evolución que muchas veces pasa desapercibida dentro del debate público.

Hoy la industria enfrenta consumidores más informados, estándares internacionales más exigentes y mercados en constante cambio. Y precisamente por ello, el sector entiende que la innovación y la mejora continua no son una opción, sino una necesidad para garantizar sostenibilidad, competitividad y confianza.

> "La evolución del sector no comenzó con las discusiones recientes. Durante más de 50 años, las empresas de embutidos y charcutería han trabajado en la mejora progresiva de formulaciones, procesos industriales y estándares de calidad, alineados con las exigencias de consumidores cada vez más informados y mercados más competitivos".
>
> **CARLOS CARDONA**
> Director de Investigación y Desarrollo,
> Asoembutidos



EL RETO DE CONSTRUIR UNA DISCUSIÓN EQUILIBRADA

El debate también tiene un componente económico y social que no puede ignorarse.

Datos del sector indican que mientras un hogar de ingresos altos destina cerca de $28.000 por cada millón de pesos de gasto a productos de charcutería, un hogar de menores ingresos destina aproximadamente $51.000. Esto significa que cualquier incremento en costos derivado de nuevas cargas puede impactar con mayor fuerza a los hogares más vulnerables.

A esto se suma la presión acumulada que enfrentan las empresas del sector en materia de costos de producción, inflación de insumos, exigencias técnicas y sostenibilidad operativa. Para muchas pequeñas y medianas industrias, especialmente regionales, cada nuevo ajuste implica inversiones significativas que terminan afectando márgenes, competitividad y generación de empleo.

"Hemos visto cómo múltiples empresas han tenido que reorganizar operaciones y ajustar estructuras debido al incremento constante de costos. Por eso insistimos en la necesidad de avanzar hacia medidas construidas desde el diálogo técnico y el análisis integral de impacto", señala Carlos Andrés Cardona Hoyos, Director de Investigación y Desarrollo de Asoembutidos.

Desde el gremio se considera prioritario fortalecer espacios de construcción conjunta entre industria, consumidores, academia y entidades regulatorias. Asoembutidos reitera su disposición para trabajar de manera articulada con todos los actores involucrados, aportando desde la experiencia técnica y la realidad operativa de una industria que ha evolucionado constantemente y que continúa comprometida con la calidad, la innovación y el bienestar de los consumidores.



Del fundador empírico al líder del siglo XXI: el relevo silencioso en las industrias de alimentos



Durante décadas, muchas empresas de la industria alimentaria —y especialmente en el sector de embutidos— han sido impulsadas por el esfuerzo y la experiencia directa de sus fundadores.

DEstas empresas crecieron gracias a decisiones rápidas, un liderazgo fuerte basado en la intuición y el conocimiento profundo del producto y del mercado. Este modelo funcionó bien durante años. Sin embargo, en los últimos tiempos, un fenómeno interesante ha comenzado a emerger, uno que no siempre es evidente a simple vista, pero que está transformando gradualmente el panorama: el relevo silencioso en el liderazgo. La industria ha cambiado. El contexto en el que operan estas empresas también ha evolucionado. Y con estos cambios, el liderazgo está tomando una nueva forma, muchas veces sin los grandes anuncios o rupturas que uno podría esperar.

Este relevo ya está ocurriendo de manera gradual, a medida que las empresas, en su mayoría familiares, comienzan a adaptarse a un entorno más competitivo, tecnológico y regulado.

El costo de no cambiar

El modelo basado en la intuición y la experiencia de los fundadores, aunque exitoso durante años, está siendo reemplazado por algo más estructurado y sistemático. La industria alimentaria enfrenta presiones simultáneas: Cambios regulatorios constantes, Aumento de los costos laborales, Exigencias sanitarias más estrictas, Consumidores más informados, Necesidad de innovación y reformulación, Y una competencia cada vez más diversa.



LIDERAR PLANTAS MÁS COMPLEJAS EXIGE OTRO TIPO DE DIRECCIÓN

Las plantas de producción actuales ya no son las mismas de antes. Con más tecnología, mayor presión regulatoria y más variables a tener en cuenta, el liderazgo debe adaptarse. La capacidad para interpretar datos de productividad, entender los reportes de calidad y conectar decisiones operativas con resultados financieros se ha vuelto esencial. Sin embargo, este proceso de adaptación no ha sido ruidoso. En muchas empresas, este cambio ha ocurrido de manera progresiva, sin un gran anuncio, pero con una clara orientación hacia la modernización.

El liderazgo que no se adapta a este nuevo entorno está empezando a mostrar costos que no siempre son visibles en los estados financieros: Alta rotación de personal, Dependencia excesiva de una sola persona, Resistencia al cambio, Baja adopción tecnológica.

Estos costos, aunque invisibles a menudo, están afectando la eficiencia y la sostenibilidad de las empresas. No se trata de un cambio abrupto, sino de una serie de ajustes silenciosos que, de no realizarse, podrían comprometer la viabilidad a largo plazo.

Tradición y liderazgo moderno no son opuestos

El relevo que estamos observando no se trata de una dicotomía entre tradición y modernización, sino de una evolución que permite a las empresas conservar lo mejor de su legado mientras incorporan gestión profesional, procesos claros y el talento especializado necesario para mantenerse competitivas.

Mirada global, desafíos locales

Las empresas globales han sido pioneras en este tipo de transformación silenciosa. McDonald's, por ejemplo, pasó de un modelo centrado en la estandarización a un enfoque que integra tecnología digital como quioscos de autoservicio y pedidos móviles. Coca-Cola, por su parte, ha integrado la sostenibilidad en sus operaciones, enfocándose en envases reciclables y productos reformulados. Mientras tanto, Nestlé ha llevado la innovación alimentaria saludable al centro de su estrategia, utilizando tecnologías avanzadas para mejorar la calidad de sus productos.

Lo que observamos en empresas como Plumrose en Colombia es similar. La empresa ha adoptado tecnologías avanzadas en sus procesos de producción, alineándose con las tendencias de productos más saludables y sostenibles. Sin grandes cambios visibles en su estructura, el relevo silencioso está ocurriendo a medida que se adapta a los nuevos tiempos.

Las plantas de producción actuales ya no son las mismas de antes. Con más tecnología, mayor presión regulatoria y más variables a tener en cuenta, el liderazgo debe adaptarse.

Lecciones desde Alemania: lo que puede aprender la industria latinoamericana

Durante décadas, Alemania ha sido reconocida como uno de los grandes referentes mundiales en la producción de embutidos.

No solo por la diversidad de salchichas que forman parte de su identidad cultural, sino por haber convertido ese saber tradicional en una industria altamente tecnificada, eficiente y competitiva. En un contexto donde la industria de embutidos en América Latina enfrenta presiones regulatorias, aumentos de costos y cambios en el consumo, la experiencia alemana ofrece algo más valioso que inspiración: lecciones concretas y aplicables.

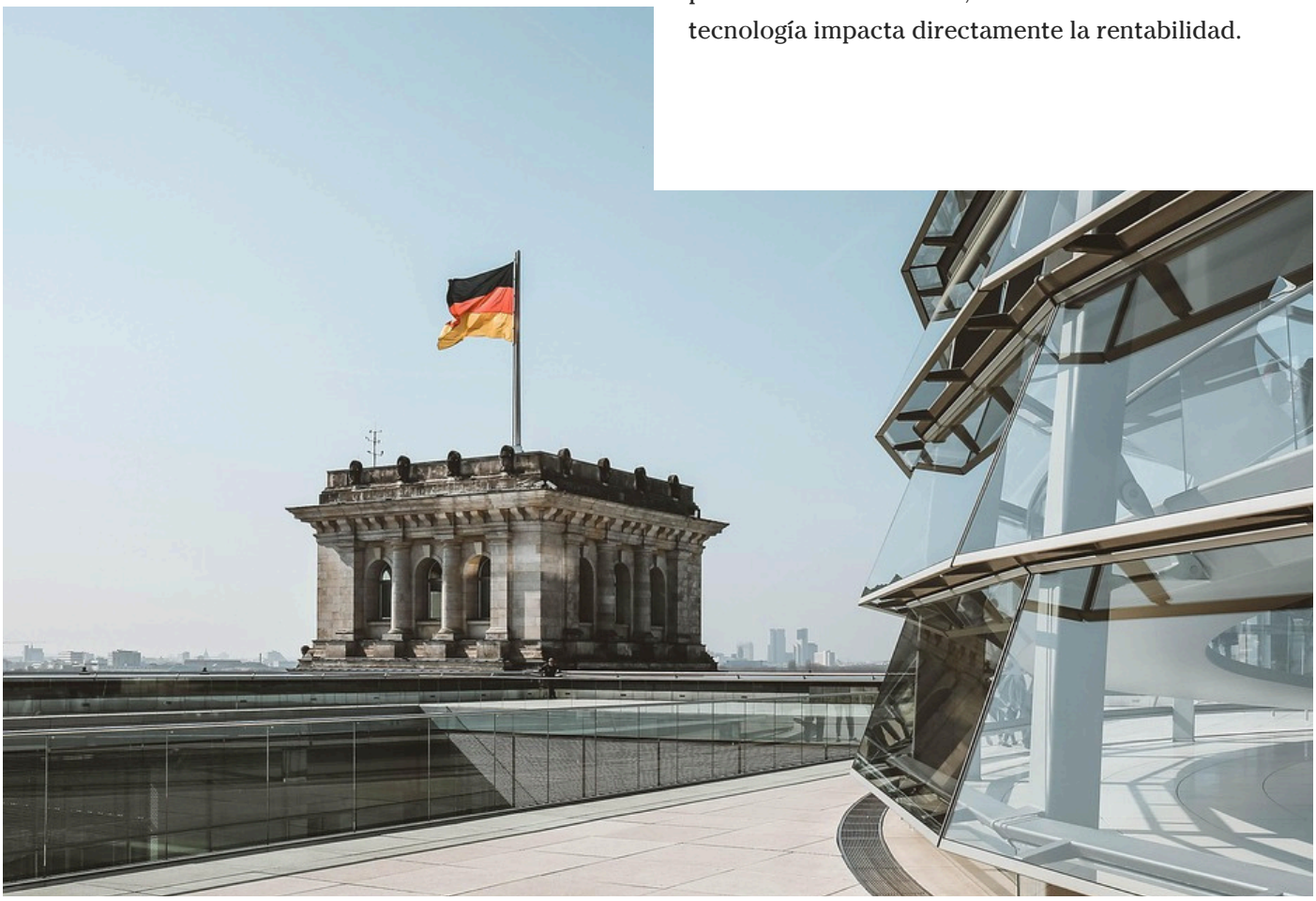
La experiencia alemana demuestra que estos desafíos no se enfrentan con discursos ni con resistencia al cambio, sino con tecnología, gestión moderna y una visión de largo plazo.

¿Tecnología es solo para gigantes?

Uno de los mayores mitos en la industria es creer que la tecnología avanzada está reservada para grandes multinacionales. En Alemania, muchas plantas medianas de embutidos han evolucionado mediante modernización progresiva, no con inversiones desproporcionadas hechas de una sola vez.

El modelo alemán se basa en automatizar primero los procesos críticos: aquellos donde se concentran las mayores pérdidas, reprocesos o riesgos sanitarios. Conceptos como Industria 4.0 se aplican de forma modular: control digital de procesos, monitoreo en tiempo real, captura de datos y mejora continua.

Lección para América Latina: no se trata de tener la planta más sofisticada, sino de invertir donde la tecnología impacta directamente la rentabilidad.



IFFA: OBSERVAR, APRENDER Y ADAPTAR (NO COPIAR)

La feria IFFA, en Frankfurt, es el principal escenario mundial de tecnología para carne y embutidos.



Allí se presenta una radiografía clara de hacia dónde va la industria alemana: automatización flexible, líneas modulares, trazabilidad, eficiencia energética y adaptación a nuevas formulaciones.

Lo relevante para los productores latinoamericanos no es replicar exactamente lo que se ve en IFFA, sino entender el enfoque alemán: tecnología pensada para resolver problemas reales de planta, no para exhibición.

Alemania también enfrentó incrementos en los costos laborales. Su respuesta no fue sacrificar calidad ni informalizar procesos, sino automatizar tareas repetitivas y críticas. Robots, sistemas de visión artificial y equipos inteligentes permiten reducir errores humanos, mejorar consistencia y aumentar productividad.

Esto no eliminó empleo, pero sí transformó perfiles laborales: menos trabajo manual repetitivo y más control técnico del proceso.
Lección directa para Colombia: en un entorno de salarios crecientes, la automatización es un amortiguador de costos y un factor de competitividad.

Lección clave: Alemania innova para producir mejor, no solo para producir más.

Hay una premisa que atraviesa todo el modelo: el reto es el mismo para todos; lo que cambia es la forma y la velocidad de respuesta.

Reformulación: la tecnología sí protege el producto

Uno de los mayores aprendizajes del modelo alemán es que reformular sin tecnología es improvisar. Reducir sodio o grasas sin perder textura, sabor y aceptación requiere precisión: mezclado controlado, manejo térmico adecuado y procesos estables.
Las plantas alemanas integraron tecnología precisamente para poder ajustar recetas sin afectar la identidad del producto. Así, la tradición se mantiene, pero se adapta a nuevas exigencias regulatorias y de mercado.
Lección para el sector: la tecnología no solo permite reformular; permite hacerlo bien.

TRAZABILIDAD Y CONTROL PARA LA TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL

Otra característica clave del modelo alemán es la inversión constante en trazabilidad y control sanitario. Sensores, registros automáticos y monitoreo continuo reducen riesgos, protegen la marca y fortalecen la confianza del mercado.

Más que un requisito normativo, la trazabilidad se entiende como una herramienta de gestión que evita pérdidas mayores y protege la reputación empresarial.

Lección aplicable: la tecnología también es una forma de gestión del riesgo.

Quizá la enseñanza más poderosa que deja Alemania es cultural. Muchas de sus empresas de embutidos son familiares, con recetas centenarias y fuerte identidad regional. Lejos de abandonar esa tradición, la industria alemana la blindó con tecnología y gestión profesional.

El conocimiento empírico del fundador no se pierde; se potencia cuando se apoya en datos, procesos estables y equipos técnicos.

Lección gerencial: evolucionar no significa romper con la historia, sino darle herramientas para seguir vigente.

La experiencia alemana demuestra que la tecnología alimentaria aplicada a los embutidos no es una cuestión de tamaño, sino de visión estratégica. Grandes, medianas y pequeñas empresas enfrentaron los mismos desafíos que hoy viven los productores latinoamericanos: presión regulatoria, aumento de costos, consumidores más exigentes y necesidad de innovar sin perder identidad.

La diferencia no estuvo en la escala, sino en la decisión de modernizar procesos, invertir gradualmente en tecnología, profesionalizar la gestión y usar los datos como base para la toma de decisiones, sin renunciar a la tradición ni a la experiencia acumulada.

Para la industria colombiana y latinoamericana, la lección es directa y aplicable: modernizar no significa dejar de ser lo que somos; significa asegurarnos de poder seguir siéndolo en el futuro.

Esa es, quizá, la principal enseñanza que deja Alemania: la tecnología no reemplaza la tradición, la protege.



EL MAPA QUE NO SE VE:

DÓNDE Y CÓMO SE PROCESA LA COMIDA EN COLOMBIA



Colombia no solo produce alimentos. Detrás de cada producto existe una red empresarial, industrial y logística que conecta regiones, genera empleo y abastece diariamente a millones de consumidores.

39% Bogotá y Cundinamarca concentran el 39% de las empresas de alimentos procesados del país.



Colombia no es únicamente un país de producción primaria ni de tradición gastronómica. Es también un país de transformación industrial de alimentos, con un tejido empresarial amplio, diverso y distribuido estratégicamente en el territorio.

De acuerdo con información consolidada por Invest in Colombia, en el país existen más de 5.800 empresas dedicadas a la producción de alimentos y bebidas, así como a actividades relacionadas con la agricultura, la ganadería y los servicios conexos a la cadena alimentaria.

La estructura empresarial del sector revela un rasgo clave: el 56% de las empresas son pequeñas, el 29% son medianas, el 12% corresponden a grandes compañías y el 4% son microempresas.

Este dato confirma que la industria de alimentos procesados en Colombia —incluyendo categorías como embutidos, lácteos, bebidas, harinas y snacks— descansa principalmente sobre empresas pequeñas y medianas, que combinan una alta capacidad productiva con un profundo conocimiento de las necesidades del mercado local. Estas empresas tienen una gran cercanía al consumidor y cuentan con la flexibilidad necesaria para adaptar sus formulaciones y productos a las demandas regionales, aprovechando su fuerte arraigo regional. Sin embargo, en términos de velocidad de respuesta e innovación, el sector aún tiene un amplio camino por recorrer.

Los embutidos en el ecosistema de alimentos procesados

Dentro de este ecosistema, los embutidos forman parte de una industria integrada que comparte proveedores, servicios, infraestructura y canales de distribución con el resto del sector de alimentos procesados. No operan como una categoría aislada, sino como un eslabón estratégico dentro del sistema cárnico nacional.

Proyección de crecimiento hasta USD 17,38 millones en 2030.

Según un estudio publicado por La República, el mercado colombiano de cárnicos procesados, que incluye salchichas, jamones, mortadelas, tocinos y otros embutidos, alcanzaría ingresos cercanos a USD 16,06 millones en 2025, con una proyección de crecimiento hasta USD 17,38 millones en 2030.

El mercado crece moderadamente al 1,6% anual, manteniendo estabilidad y una penetración proyectada del 4,9% en el consumo urbano hacia 2030.



BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA: EL PRINCIPAL NODO DE PROCESAMIENTO

El desempeño de los embutidos está estrechamente ligado al crecimiento del sector porcícola. De acuerdo con Forbes Colombia, el consumo per cápita de carne de cerdo en el país pasó de 4 kg a cerca de 16 kg en los últimos 15 años, reflejando una industria más tecnificada, formalizada y orientada al valor agregado (Forbes Colombia).

Este crecimiento ha fortalecido la base productiva que alimenta la industria de embutidos, permitiendo mayor escala, diversificación de productos y estabilidad en el suministro de materias primas.

La distribución territorial del sector no es homogénea. Según datos de EMIS, Bogotá concentra el 39 % de las empresas del sector de alimentos procesados, consolidándose como el principal punto de localización industrial del país. Esta concentración se extiende de manera natural a Cundinamarca, conformando el nodo más relevante de procesamiento, logística y consumo (Invest in Colombia, EMIS).

Otros polos importantes incluyen Medellín, que representa el 14%, Cali con el 13% y Barranquilla con el 5%. En el caso de los embutidos, la relevancia de Bogotá–Cundinamarca es particularmente alta, ya que concentra plantas de procesamiento, centros de distribución y está cerca del mayor mercado consumidor del país.

Encadenamientos productivos: una industria profundamente conectada

La industria de alimentos procesados no opera de manera aislada, sino que cada empresa forma parte de una red de encadenamientos productivos. Hacia atrás, se conecta con ganaderos, porcicultores, agricultores, proveedores de insumos, empaques, maquinaria, transporte, energía y servicios especializados. Hacia adelante, se vincula con el comercio mayorista, grandes superficies, tiendas de barrio, canales institucionales y el consumo final.

Proyección de crecimiento hasta USD 17,38 millones en 2030.

En el caso de los embutidos, estos encadenamientos son especialmente intensos debido a los estrictos requerimientos sanitarios, logísticos y de control operativo que exige el procesamiento cárnico.

La ubicación de las plantas industriales responde a criterios claros: acceso a mercados, eficiencia logística, costos operativos y capacidad de distribución. Para los embutidos, esta lógica es clave, ya que el procesamiento requiere continuidad en el abastecimiento, cercanía al consumidor y altos estándares de control. Por ello, las grandes concentraciones urbanas no solo consumen alimentos procesados, sino que también los producen, los transforman y los distribuyen.



LEER EL MAPA PARA ENTENDER EL SECTOR

El sector de alimentos procesados en Colombia presenta una estructura clara: un fuerte núcleo en Bogotá y Cundinamarca, polos regionales consolidados y un tejido empresarial dominado por pequeñas y medianas empresas. Dentro de este mapa, los embutidos se consolidan como una categoría integrada, estable y estratégica para entender la dinámica productiva del país.

Entender este mapa no es un ejercicio académico. Es una herramienta estratégica para comprender cómo funciona la industria, cómo se articula el negocio y por qué el territorio sigue siendo una variable clave en la toma de decisiones empresariales.

Para las pequeñas y medianas empresas del sector, comprender este mapa también implica identificar oportunidades claras para innovar, diversificar y buscar nichos de mercado.
Algunas herramientas clave para lograrlo incluyen:

1. **Tecnología y automatización:** Adoptar tecnologías modernas en las plantas de producción, como la automatización y el análisis de datos, permite mejorar la eficiencia y mejorar la calidad.
2. **Reformulación de productos:** Los consumidores están cada vez más interesados en opciones saludables, bajos en grasa, sodio o azúcar que abren nuevas oportunidades en el mercado.
3. **Enfoque en nichos:** Buscar nichos específicos, como productos orgánicos, sin gluten o veganos, puede permitir a las empresas pequeñas y medianas competir en segmentos de mercado que están en auge, especialmente en áreas urbanas.
4. **Sostenibilidad:** Integrar prácticas sostenibles en el proceso de producción, como el uso de empaques reciclables o la reducción de desperdicios, mejora la imagen de la empresa y son un punto de diferenciación frente a la competencia.

Al comprender el mapa del sector y aplicar estas herramientas, las pequeñas y medianas empresas tienen la oportunidad de innovar y diversificarse, abriéndose a nuevos mercados y manteniendo su competitividad en un entorno cada vez más exigente.

Así va la batalla por la hamburguesa más rápida del mundo: lista en 90 segundos para disfrutar en casa



La marca española Brooklyn Town ha renovado su hamburguesa de microondas Instant Burger, con una receta mejorada que promete estar lista en tan solo 90 segundos. La campaña de comunicación 360º de Brooklyn Town incluye medios digitales, social media, influencer marketing, televisión y publicidad exterior (OOH), lo que le permite alcanzar a un público amplio y generar notoriedad en un mercado cada vez más competitivo. Además, se activarán eventos experienciales y puntos de venta para que los consumidores puedan probar el producto de primera mano.

Cortesía: Carpisa Foods.

Aunque Brooklyn Town no es ampliamente conocida en Colombia, el éxito de esta marca en España sirve como referencia para la industria alimentaria nacional, donde la conveniencia está cobrando cada vez más importancia. En Colombia, las grandes ciudades ya están mostrando una creciente demanda de productos rápidos y fáciles de consumir. Las hamburguesas de microondas son una solución que podría satisfacer estas necesidades, especialmente si las empresas logran ofrecer productos de calidad, como lo hace Brooklyn Town, sin comprometer el sabor.

Pero Brooklyn Town no está sola en esta carrera por las hamburguesas más rápidas del mundo. Empresas como Nestlé con su marca Hot Pockets, o McDonald's, con su creciente oferta de productos pre-cocinados para microondas, también están apostando por la conveniencia y rapidez en el sector de alimentos. Sin embargo, Brooklyn Town ha logrado diferenciarse al mejorar la calidad de sus ingredientes, con un 92% de carne de vacuno y un pan brioche que le da un toque único frente a otras opciones más comerciales en el mercado.

Con información de Food Retail and Service.

El auge de los charcuteros: la ciencia detrás de la charcutería que ahora se enseña en cursos

Hoy en día, algunos charcuteros de renombre están compartiendo su experiencia a través de escuelas y cursos especializados. Un ejemplo destacado es Sergio Fernández, quien ha creado una escuela en España que enseña tanto el arte tradicional como las nuevas tecnologías en la charcutería. Luis Jiménez, conocido por su expertise en el jamón ibérico, también ofrece formaciones donde los estudiantes aprenden desde la selección de carnes hasta el proceso de curado



Foto: Sergio Fernández /Cortesía: Gastronomía & Compañía

La charcutería ha sido una tradición ancestral en muchas culturas, pero en los últimos años ha ganado un renovado interés, especialmente con la demanda creciente por productos más artesanales, sostenibles y de calidad. Lo que antes era una habilidad transmitida de generación en generación, hoy se ha convertido en una disciplina que se enseña en cursos especializados, donde la ciencia se une a la tradición para producir productos cárnicos seguros y sabrosos. El proceso de curado y la elaboración de embutidos no es tan simple como dejar que el tiempo haga su trabajo. Detrás de cada producto de charcutería, como el jamón, la salchicha o el salchichón, hay una meticulosa ciencia que involucra temperaturas controladas, humedad y la correcta fermentación.

La demanda de productos de charcutería artesanal ha llevado a la creación de numerosos cursos profesionales que atraen a nuevos talentos interesados en esta disciplina. Estos cursos no solo enseñan las técnicas de curado, sino que también profundizan en la microbiología y la química de los ingredientes, lo que garantiza productos más seguros y sabrosos. Además, muchos cursos están enfocados en la creación de productos más saludables, adaptados a las tendencias de dietas sin gluten o bajas en sal. Hoy, el charcutero moderno es visto como un artesano científico, alguien que no solo domina la tradición, sino que también entiende la ciencia detrás de los productos que crea.

Empaque: una herramienta estratégica para la industria de alimentos

En la industria alimentaria moderna, el empaque ha dejado de ser un simple contenedor para convertirse en una pieza estratégica clave de la marca.



Según un análisis publicado en Forbes, el llamado “connected packaging” –que integra tecnología digital y diseño– está revolucionando la forma en que los consumidores interactúan con los productos en el punto de compra y más allá. El empaque no solo presenta la marca ante el consumidor, sino que puede convertirse en un puente digital que amplía la experiencia de producto a través de códigos QR, NFC o realidad aumentada, generando conexiones directas con los compradores y aportando datos valiosos sobre sus preferencias.

Para la industria de embutidos, el empaque se ha convertido en un elemento central de diferenciación y construcción de confianza. Una presentación clara, con información visible sobre ingredientes, procesos y perfil nutricional, junto con un diseño que comunique frescura, protección e higiene, influye de manera directa en la percepción de calidad y seguridad del consumidor.

Al mismo tiempo, el empaque cumple un rol estratégico en el posicionamiento de marca y en la creación de valor. Soluciones que integran funcionalidad, conservación y una estética coherente con el origen o la propuesta del producto permiten destacar en el punto de venta y respaldar segmentos de mayor precio, convirtiendo al empaque en una herramienta competitiva y no solo en un contenedor.