

Alimentos

Hernando Bermúdez Gómez

En el [Industrial Development Report 2026](#) divulgado por UNIDO se dice:” *For LAC, with its strong agricultural base, the agroprocessing industry represents a ‘low-hanging fruit’ for future industrialization. Rising populations, urbanization and a growing middle class are fuelling domestic demand for more processed foods. Currently, processed products account for around one-quarter of caloric intake in countries such as Mexico, Brazil, Chile and Colombia – still well below the levels observed in advanced economies. At the same time, growing awareness of food-related health issues, including obesity and diabetes, together with a shift towards more sustainable consumption patterns, is driving demand for healthier, plant-based and clean-label alternatives, opening new opportunities for innovative firms. Digital technologies can further accelerate this transformation, for example by using AI to accelerate ingredient innovation.*” No sabemos si en Colombia las personas nos alimentamos bien. La diferencia de precios entre los restaurantes es amplísima. Los costos en los supermercados muy diferentes. Las plazas de mercado mantienen las ofertas más amplias y baratas. Según la [FAO](#) la subalimentación en Colombia durante el período 2023-2025 fue el 4.1% de la población. En el mismo período la inseguridad alimentaria alcanzó el 28%. Antiguamente se suministraba el almuerzo gratis a los empleados. Hoy se cobra a precios generalmente módicos. Algunos empresarios cuidan los factores nutricionales. Otros no. Muchos empleados llevan de su casa al trabajo su almuerzo, porque así es más favorable para ellos. La informalidad de los que llevan almuerzos a domicilio y de muchísimos restaurantes es notoria. La oferta de frutas y verduras ya incluye varios productos importados. Pero los productos procesados, aunque constantemente modificados unos por otros, siguen aumentando su oferta. Normalmente incluyen muchas etiquetas como exceso de azúcares, grasas, sodio, etc. Según Copilot “*El gasto de los colombianos en 2026 se concentra principalmente en alimentos, vivienda y transporte, que juntos representan más de la mitad del presupuesto, mientras que moda, entretenimiento y comidas fuera del hogar ganan participación, pero siguen siendo secundarios.*” Alimentos para el hogar — $\approx 25\text{--}30\%$ del gasto total, Vivienda (arriendo, servicios, ocupación) — $\approx 20\text{--}25\%$. Transporte y comunicaciones — $\approx 15\text{--}18\%$. Comidas fuera del hogar — $\approx 8\text{--}10\%$. Moda — $\approx 6\text{--}8\%$. Entretenimiento y cultura — $\approx 5\text{--}7\%$. Otros gastos (salud, educación, artículos varios) — $\approx 5\text{--}10\%$. ¿De qué manera las empresas se preocupan por la mejor calidad de vida de sus compradores y empleados? ¿Estos criterios forman parte de sus planes y presupuestos? ¿Se mantiene la armonía entre el consumo y bel índice de precios al consumidor? Otro tema contable.

Bogotá, septiembre 13 de 2026.