



Revista

**pork**

**colombia<sup>®</sup>**

Edición 284 - 2025  
ISSN 0122-4220

Cerdo colombiano:  
estrategias  
que conectan,  
resultados que  
transforman.

TOP 50 empresas  
porcícolas  
en Colombia.

Mujeres en  
la porcicultura.

Afiliarse significa abrir la puerta a un conjunto de ventajas diseñadas para fortalecer cada aspecto de la producción porcícola y para respaldar a quienes día a día impulsan el crecimiento del sector en Colombia



### 1. Laboratorio Porkcolombia

Centro de diagnóstico con respaldo científico. Ofrece pruebas en serología, biología molecular, microbiología y patología. Los afiliados reciben descuentos del 5 % al 10 %, además de un subsidio del 50 % para todos los productores, lo que representa ahorro y resultados confiables para garantizar la salud animal.

### 2. Cursos y capacitaciones gratuitas

Acceso sin costo a formación en sanidad, producción, economía, mercadeo e investigación. Un beneficio que mantiene a los productores actualizados y con herramientas prácticas para mejorar sus granjas y empresas.

### 3. Eventos del sector

Descuentos exclusivos para participar en Porkcalidad y Porkaméricas, escenarios de actualización académica y de negocios. Espacios clave para aprender, generar contactos y abrir nuevas oportunidades.

### 4. Fortalecimiento de marca

Acompañamiento del equipo de mercadeo de Porkcolombia en la creación y fortalecimiento de imagen corporativa. Un apoyo estratégico para diferenciarse en el mercado y proyectar confianza.

BENEFICIOS  
EXCLUSIVOS



BENEFICIOS  
EXCLUSIVOS

## 5. Voz y voto gremial

Los afiliados participan en la elección de la Junta Directiva cada dos años. Esto les permite tener voz y voto en las decisiones que marcan el rumbo del gremio porcicultor en Colombia.

## 6. Información estratégica

Acceso al Boletín económico con estadísticas y cifras clave del sector. Una herramienta que facilita anticiparse a cambios del mercado y tomar decisiones más seguras.

## 7. Convenios exclusivos

Beneficios que van más allá del negocio: descuentos con aliados como La República, Dentisalud, Chevrolet, Renault, Suzuki, Colsanitas, Corales de Indias y más, disponibles para afiliados y sus familias.

## 8. Revista Porkcolombia

Publicación bimestral en formato físico y digital. Un material de consulta que conecta al productor con investigaciones, tendencias y casos de éxito del sector.

## 9. Atención personalizada

Ejecutivos regionales en Antioquia, Occidente, Eje Cafetero y nivel nacional brindan acompañamiento directo. Un servicio VIP que garantiza respuestas rápidas y cercanas a cada productor.

**¡Haga parte de Porkcolombia!**

Más info en: [porkcolombia.co/contacto-afiliacion](http://porkcolombia.co/contacto-afiliacion)

Nuestros ejecutivos de Servicio al Afiliado están listos para acompañarlo en el proceso:

**Milena Estefanía Lizarazo Camargo – Ejecutiva Servicio al Afiliado**

[mlizarazo@porkcolombia.co](mailto:mlizarazo@porkcolombia.co) | 318 372 3294

**Andrew Quijano Figueroa – Ejecutivo Servicio al Afiliado Zona Occidente y Eje Cafetero**

[aquijano@porkcolombia.co](mailto:aquijano@porkcolombia.co) | 316 026 4064

**Alejandra Cano – Ejecutiva Servicio al Afiliado Zona Antioquia**

[acano@porkcolombia.co](mailto:acano@porkcolombia.co) | 316 740 7637



- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3 Editorial</p> <p>5 Informe de gestión: un año de logros que consolidan la comercialización en el futuro de la porcicultura.</p> <p>16 Top 50 empresas porcícolas en Colombia.</p> <p>31 Tendencias transformadoras: 'Clean Label', una oportunidad para el sector porcícola.</p> <p>36 Automatización, inteligencia artificial y digitalización en los procesos de la carne de cerdo.</p> <p>39 Carne de cerdo, un alimento milenario, adaptado al mundo moderno.</p> <p>42 Impacto en la seguridad alimentaria de la carne de cerdo tecnificada.</p> <p>46 Entrevista Carlos A. Toro, Director Carnicos del Grupo Éxito.</p> | <p>50 El cerdo se reinventa: diversificación de cortes de carne de cerdo para fortalecer su comercialización en un mercado competitivo.</p> <p>54 PorciData: la nueva herramienta para maximizar rendimientos y reducir mermas.</p> <p>56 Alianza interinstitucional para el fortalecimiento de la porcicultura colombiana.</p> <p>59 Porkcolombia y Cotelco: alianza estratégica con la gastronomía hotelera nacional.</p> <p>62 Mujeres de campo y coraje la fuerza que sostiene la porcicultura en Colombia.</p> <p>68 Conociendo a nuestros líderes.</p> <p>70 Eventos.</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## Junta Directiva

### Presidente

Alejandro Betancur Penagos  
Inversiones Agroindustriales de Antioquia. ZOMAC S.A.S

### Vicepresidente

Juan David Roldán  
PROCCER S.A.S.  
Antioquia

**Asociación de Porcicultores de la Costa, Asoporcaribe Caribe**

**Cooperativa Nacional de Porcicultores - Cooporcicultores**  
Antioquia

**La Estrella S.A.S**  
Eje Cafetero

**Villa Graciela S.A.S**  
Antioquia

**Augusto Osorno Gil**  
Antioquia

**Granjas Paraíso S.A.S.**  
Occidente

**Comercial Floresta S.A.S.**  
Centro

**Porcicultores APA S.A.S.**  
Antioquia

**Miembro Honorario**  
Jaime Enrique Cuéllar Chacón  
Bogotá D.C.

## Consejo Editorial

### Presidente Ejecutivo

Jeffrey Fajardo López

### Vicepresidente Ejecutivo

German Guerrero Pulido

### Vicepresidente Técnico

Mario Eduardo Peña González

### Director de Comercialización e Internacionalización

William Alexander Lozano Riaño

### Editor

Alejandro Laverde  
Gerente de Comunicaciones

### Periodista

Marizol Gómez Aguirre  
Asesora de Comunicaciones

### Asesor Creativo - Diseño

Manolo Perdomo  
director@manoloperdomo.com

### Fotografías

*Porkcolombia - FNP*,  
archivo general, páginas web,  
Freepik, Istockphoto.

### Impresión

Legis

Bogotá D.C. • Colombia



JEFFREY FAJARDO LÓPEZ  
Presidente Ejecutivo  
Porkcolombia

## Apreciados porcicultores y empresarios del sector

El futuro del sector se construye con información confiable y decisiones estratégicas. La construcción de este futuro no es obra de un solo actor, sino el resultado del esfuerzo conjunto de productores, comercializadores, aliados estratégicos y todo un equipo que cree en el potencial del cerdo colombiano.

Cada paso que damos refleja nuestro compromiso de que la carne de cerdo nacional sea reconocida no solo por su calidad, sino por su capacidad de generar desarrollo, confianza y sostenibilidad.

El compromiso del área de Comercialización de *Porkcolombia - FNP* ha dado frutos visibles: cifras que reflejan la fuerza de la articulación gremial y del acompañamiento técnico a pequeños y medianos productores. Gracias al trabajo conjunto con aliados estratégicos, el sector no solo ha crecido en volumen, sino que también ha avanzado en la profesionalización de sus actores, en la mejora de procesos comerciales y en la apertura de nuevos mercados.

Estos resultados se ven reflejados en esta edición de la revista, donde compartimos el Informe de gestión de Comercialización con sus principales hitos y cifras, así como una selección de contenidos que muestran la dinámica y proyección del sector: boletines de tendencias, artículos especializados en nutrición y nuevas herramientas para hacer más fácil el proceso de comercialización en el sector.

Esta edición también destacará grandes alianzas estratégicas que ha tenido el área de Comercialización de *Porkcolombia - FNP*, como la rueda de negocios con el sector HORECA y la alianza con Cotelco. Un recorrido completo por los logros, aprendizajes y desafíos que siguen marcando el futuro de la carne de cerdo colombiana.

En la última edición del año, presentaremos los resultados de la encuesta de comercialización, un insumo clave para seguir proyectando nuestro camino hacia el 2030 que estará trazado con claridad: modernizar la comercialización, fortalecer el consumo interno y abrir nuevas puertas en los mercados internacionales.

Invitamos a todos los lectores de esta edición a recorrer con nosotros los avances alcanzados en el 2025. Como presidente ejecutivo de *Porkcolombia - FNP*, estoy convencido de que este es apenas el inicio de un camino prometedor. Seguiremos trabajando con disciplina, innovación y compromiso para que cada productor, cada familia y cada consumidor sientan orgullo de la porcicultura colombiana. Avanzar unidos es la clave, porque cada logro del sector es también un logro para Colombia.

¿Con ganas  
de algo delicioso  
y nutritivo?

**RESUELVE MEJOR CON CERDO**

**PRUÉBALO  
EN TUS RECETAS**

**COSTILLAS  
DE CERDO**



Fundación  
Colombiana  
del Corazón



Asociación  
**porkcolombia**  
FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA

**COME MÁS CARNE  
DE CERDO  
COLOMBIANA  
LA DE TODOS LOS DÍAS**

Informe de gestión:

# UN AÑO DE LOGROS QUE CONSOLIDAN

la comercialización en el futuro  
de la porcicultura

Por: William Alexander Lozano Riaño  
Director del área de Comercialización e Internacionalización  
Luis Carlos León Cardona  
Subdirector de comercialización y nuevos negocios  
*Porkcolombia - FNP*



Cada año trae consigo nuevos retos, pero también la oportunidad de demostrar la fortaleza de un sector que no se detiene. En 2025, la porcicultura colombiana volvió a dar un paso firme hacia adelante, consolidando su papel como motor de desarrollo agropecuario y ofreciendo a los consumidores una proteína de calidad, versátil y cada vez más cercana.

Este año, la porcicultura reafirma que su crecimiento no es casualidad: es el resultado de un plan estratégico claro, de la capacidad de adaptación a las demandas del mercado y de un trabajo constante por fortalecer la confianza en la carne de cerdo como la proteína preferida de los colombianos.

Más que un balance, este informe es la prueba de que cuando se trabaja unidos por un propósito común, los resultados no solo se alcanzan, sino que se superan.

### **1. El impulso del año: En lo corrido del año, más de 490 toneladas de carne de cerdo colombiana comercializadas gracias a las alianzas y asesorías estratégicas.**

En un contexto de retos económicos, dinámicas de mercado cambiantes y necesidad de innovación en los modelos de comercialización, el sector ha logrado posicionarse como un referente de articulación, conocimiento aplicado y resultados concretos. El mayor reflejo de este esfuerzo es una cifra que habla por sí sola: más de 490.000 toneladas de carne de cerdo colombiana han sido comercializadas en todo el país, como resultado de un trabajo técnico y comercial coordinado con más de 40 actores estratégicos de la cadena.

Este logro no es casualidad, ni se trata de un crecimiento espontáneo, responde a una estrategia estructurada de acompañamiento y fortalecimiento, ejecutada a través de 456 asesorías especializadas dirigidas principalmente a pequeños y medianos productores, comercializadores y transformadores. Cada una de estas asesorías ha sido diseñada bajo un enfoque personalizado, con el propósito de transferir conocimiento, cerrar brechas técnicas y comerciales, y conectar a los productores con las oportunidades reales del mercado.

Las asesorías han abordado aspectos clave como:

- Estrategias de comercialización eficientes y sostenibles.
- Mejora en la presentación y valor agregado de los productos.
- Establecimiento de relaciones comerciales duraderas.

- Fortalecimiento de capacidades en negociación, logística y fidelización de clientes.

- Articulación con mercados institucionales, restaurantes, comercializadoras y centros educativos.

Este acompañamiento ha tenido un efecto multiplicador. Los productores no solo accedieron a nuevas oportunidades comerciales, sino que también adoptaron buenas prácticas, mejoraron su posicionamiento en canales estratégicos y, lo más importante, comenzaron a ver resultados tangibles en sus volúmenes de venta y márgenes de rentabilidad.



Aunque las más de 490 toneladas comercializadas representan un logro histórico, el verdadero valor de este avance radica en lo que queda sembrado en el territorio. Hoy, Colombia cuenta con una cadena porcícola:

- Más profesionalizada, con actores que comprenden mejor el mercado y su rol dentro de él
- Más conectada, gracias al trabajo en red y a las alianzas interinstitucionales



- Más resiliente, capaz de adaptarse a los cambios y competir con productos de calidad y trazabilidad garantizada.
- Más equitativa, al integrar a pequeños y medianos productores en espacios de alto valor comercial.

Este avance es una muestra clara de que la carne de cerdo colombiana tiene el potencial de consolidarse como una de las proteínas más representativas y competitivas del agro nacional. El trabajo realizado en 2025 está marcando un punto de inflexión: se está construyendo una industria que no solo produce, sino que comprende el mercado, se adapta a sus demandas y se posiciona con un relato propio.



Los próximos meses serán clave para escalar estos resultados, seguir consolidando alianzas comerciales, expandir la red de productores capacitados y multiplicar las experiencias exitosas a lo largo y ancho del país.

Con acciones concretas, acompañamiento técnico y visión de largo plazo, la carne de cerdo colombiana avanza con paso firme. El 2025 no solo será recordado por sus cifras, sino por haber sido el año en que el conocimiento se convirtió en acción, y la acción, en resultados que transforman al sector porcícola.

## 2. Plan Estratégico 2024 en marcha: rectificación de la Encuesta de Comercialización con una visión más dinámica, estratégica y participativa.

El 2025 inició con pasos firmes en la consolidación de la visión trazada desde el Plan Estratégico 2024. Como parte de este proceso, se ha dado continuidad a uno de los componentes clave para el fortalecimiento de la cadena porcícola nacional: la Encuesta de Comercialización, que en esta ocasión se presenta en su fase de rectificación, permitiendo obtener resultados más claros, representativos y alineados con las necesidades actuales del sector..

Esta nueva fase no solo representa la continuidad de un esfuerzo técnico y metodológico iniciado el año anterior, sino que marca una evolución clara en la forma en que se concibe el análisis del mercado de la comercialización de la carne de cerdo. En esta etapa, el proyecto ha apostado por la búsqueda y vinculación de un aliado estratégico, con el fin de ampliar el alcance y la capacidad operativa de la encuesta. Este nuevo socio permitirá inyectar mayor dinamismo, control, eficiencia y profundidad analítica, fortaleciendo el seguimiento de los indicadores y la validación de los datos recolectados durante el 2024.

La encuesta tiene un objetivo fundamental: dar seguimiento a los resultados obtenidos en su primera versión, validar la información recolectada, identificar patrones de comportamiento, tendencias de mercado y áreas de oportunidad dentro de la cadena de comercialización porcícola. Esta iniciativa se perfila como un insumo crucial para entender las dinámicas regionales, los desafíos de los productores, y los comportamientos de compra y venta dentro del ecosistema porcino.

Pero más allá del componente técnico, el proceso busca convertirse en una herramienta estratégica para la toma de decisiones, tanto a nivel institucional como para los productores y demás actores involucrados. La generación de información de calidad, contextualizada y procesable será el puente que conecte el análisis con la acción.

Con el propósito de que todos los actores que participaron en la Encuesta de Comercialización puedan conocer sus resultados, a partir de noviembre de 2025 se podrá empezar a socializar esta información mediante una estrategia nacional de divulgación. Estas jornadas se realizarán en las principales ciudades del país y estarán dirigidas a los interesados en comprender de primera mano los hallazgos más relevantes del estudio.

Estos espacios no solo permitirán compartir resultados, sino también abrir el diálogo sectorial, intercambiar perspectivas y construir de manera colaborativa los próximos pasos del plan estratégico. La interacción directa con los



actores del territorio será fundamental para retroalimentar las estrategias y asegurar que el enfoque técnico responda a las necesidades reales del sector.

Con esta rectificación de la Encuesta de Comercialización, *Porkcolombia* reafirma su compromiso con una porcicultura moderna, basada en información, articulación y visión de futuro. El 2025 será un año para consolidar lo aprendido, corregir el rumbo cuando sea necesario y seguir construyendo una cadena porcícola cada vez más sólida, competitiva y conectada con las exigencias del mercado nacional e internacional.

### 3. Restaurantes ‘Cerdificados’: el sabor colombiano conquista las cartas del país con más de 1,6 toneladas mensuales de carne de cerdo.

El primer semestre del 2025 trajo consigo un logro contundente para el programa de fidelización y posicionamiento de la carne de cerdo nacional: la vinculación de 62 restaurantes al programa ‘Cerdificado’, superando así el 50 % de la meta anual proyectada en tan solo seis meses. Este avance confirma la efectividad de una estrategia que va mucho más allá del marketing y entra de lleno en la construcción de una red gastronómica comprometida con el producto nacional, la calidad y la innovación culinaria.

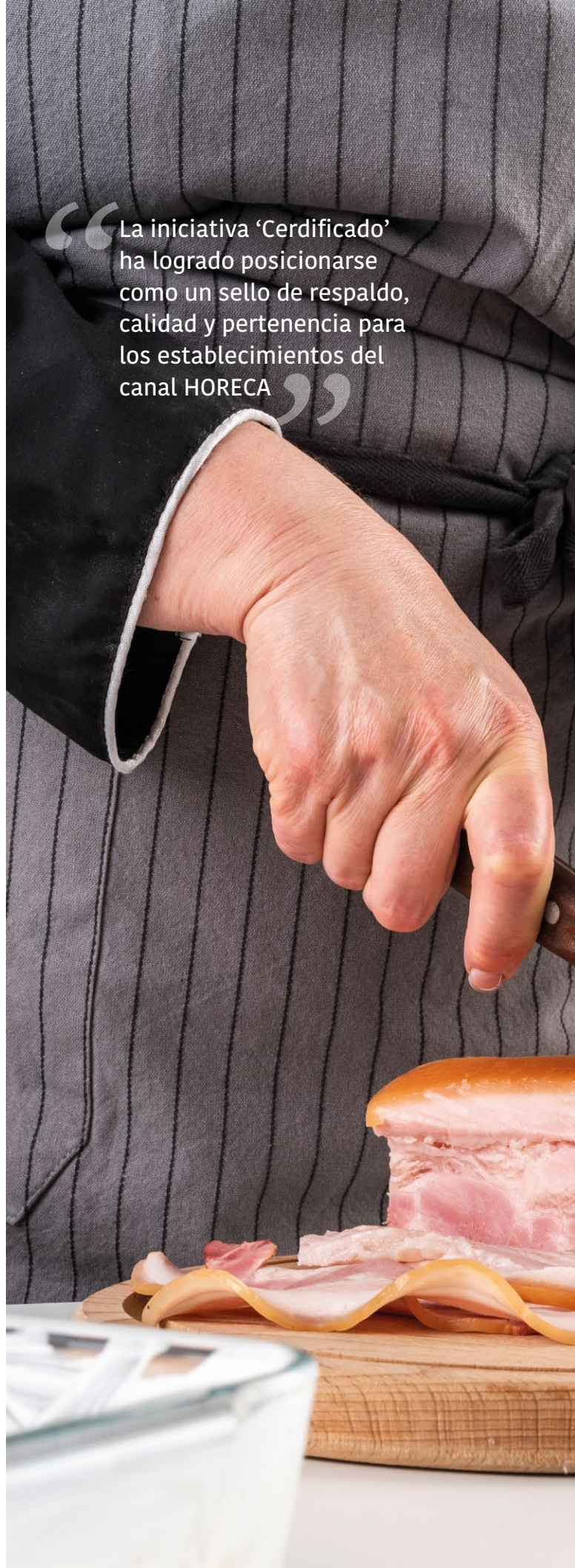
La iniciativa ‘Cerdificado’ ha logrado posicionarse como un sello de respaldo, calidad y pertenencia para los establecimientos del canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Catering) que priorizan el uso de carne de cerdo 100 % colombiana en sus cocinas. Cada restaurante vinculado se convierte en un embajador del sabor local, promoviendo el consumo de una proteína versátil, nutritiva y producida bajo los más altos estándares.

Los restaurantes ‘Cerdificados’ no solo representan una cifra simbólica, sino un cambio concreto en la demanda del producto: 60 platos nuevos con carne de cerdo nacional fueron desarrollados e incorporados en sus cartas, generando un consumo conjunto de aproximadamente 1,6 toneladas mensuales. Esto no solo dinamiza la cadena de abastecimiento, sino que genera un impacto económico directo sobre pequeños y medianos productores del país.

El programa incluye un robusto plan de acompañamiento técnico, en el que cada restaurante recibe asesoría especializada en:

- Uso y diferenciación de los diversos cortes de carne de cerdo nacional.
- Buenas prácticas en el manejo e inocuidad del producto.
- Diseño de menús con valor agregado, adaptados a sus públicos.

“La iniciativa ‘Cerdificado’ ha logrado posicionarse como un sello de respaldo, calidad y pertenencia para los establecimientos del canal HORECA”





- Sustitución de carne importada por carne colombiana, sin perder competitividad.

La estrategia de fidelización también ha incluido acciones de difusión masiva, orientadas a impactar las principales bases de datos del canal HORECA. A través de campañas digitales, visitas comerciales y talleres de formación, se ha logrado posicionar el programa como una oportunidad de valor para los restaurantes que desean destacar en un mercado competitivo. Entre los beneficios más valorados por los establecimientos participantes se encuentran:

- Análisis y optimización de la carta.
- Apoyo en el desarrollo de nuevos platos con carne de cerdo colombiana.
- Acompañamiento personalizado para reemplazar productos importados por insumos nacionales.
- Reconocimiento oficial como establecimiento certificado.
- Acceso a formación continua, incentivos y promoción en canales especializados.

La relación entre gastronomía y campo colombiano nunca había estado tan conectada. Con el programa 'Cerdificado', el sector porcícola continúa dando un paso firme hacia la construcción de un ecosistema donde productores, chefs, empresarios y comensales se unen en torno a un objetivo común: elevar el consumo de carne de cerdo nacional y reconocer su potencial en la cocina colombiana contemporánea.

#### **4. Impulsando la nutrición y el consumo responsable: 61 asesorías estratégicas para fortalecer la cadena de valor de la carne de cerdo en 2025.**

Durante el primer semestre del 2025, el sector porcicultor colombiano dio un paso significativo hacia la consolidación de una cultura alimentaria basada en el conocimiento científico, la innovación y la promoción de hábitos saludables. En este marco, se ejecutaron 42 asesorías nutricionales especializadas, dirigidas a gremios, empresas y entidades educativas con un enfoque claro: desmitificar percepciones negativas y fortalecer el conocimiento sobre los beneficios del consumo de carne de cerdo dentro de dietas balanceadas.

Estas asesorías no se limitaron a un público específico, sino que estuvieron cuidadosamente diseñadas para impactar a los principales tomadores de decisión, manipuladores de alimentos y personal de talento humano, quienes juegan un papel crucial en la formulación y ejecución de políticas nutricionales en sus respectivas organizaciones. Gracias a esta intervención, se logró transformar la



manera en que estas entidades incluyen la carne de cerdo en sus recomendaciones y menús, potenciando su aceptación y consumo responsable.

### **Alianzas estratégicas: puente entre la nutrición y la comercialización.**

Uno de los objetivos fundamentales de estas actividades fue fomentar alianzas estratégicas sólidas que sirvan de puente entre la oferta y la demanda, impulsando la compra y el consumo de carne de cerdo en el ámbito regional y nacional. Esto ha generado nuevas oportunidades de negocio en el sector de alimentación masiva, un mercado en constante crecimiento que requiere productos confiables, nutritivos y de alta calidad.

El evento central de estas asesorías contó con la participación de comercializadores de carne de cerdo, así como de tomadores de decisión de entidades privadas y gubernamentales vinculadas con la gestión de servicios de alimentación masiva. Durante esta jornada, se abordaron temas clave como:

- Beneficios nutricionales y gastronómicos de la carne de cerdo colombiana, destacando su aporte en proteínas, vitaminas y minerales esenciales.
- Normativa sanitaria vigente, garantizando que el producto cumpla con los más altos estándares de inocuidad y calidad para el consumo institucional.
- Diversidad y aplicación de los cortes de carne de cerdo nacional, explicando las opciones disponibles para satisfacer las necesidades específicas del mercado institucional y gastronómico.

**Este conocimiento integral, ha permitido que los participantes comprendan la versatilidad y el valor agregado de la carne de cerdo, promoviendo su inclusión de manera más frecuente y estratégica en la oferta alimentaria.**

### **Fortalecimiento de la cadena de valor y posicionamiento sectorial.**

Las asesorías nutricionales no solo han tenido un impacto educativo, sino que también han sido clave para el fortalecimiento de la cadena de valor de la carne de cerdo en la región. Gracias al establecimiento de relaciones comerciales con gremios y organizaciones, se han creado las condiciones para facilitar futuras negociaciones, consolidando una red comercial más sólida y colaborativa.

Adicionalmente, estas acciones han contribuido al posicionamiento de *Porkcolombia* como referente técnico y aliado estratégico del sector HORECA y de alimentación masiva. Esta visibilidad refuerza el compromiso institucional con el desarrollo sostenible del sector y la promoción de la carne de cerdo como un producto esencial para la alimentación equilibrada y de calidad.

El balance del primer semestre es claro: a través de estas asesorías se está cimentando un futuro en el que la carne de cerdo nacional no solo se consolida como un producto apetecido en los platos colombianos, sino también como un componente clave en la nutrición responsable y la innovación gastronómica.

### **5. Conocimiento que impulsa la transformación: innovación, sostenibilidad y tecnología en las publicaciones especializadas del sector porcícola.**

El segundo trimestre del 2025 ha sido especialmente productivo en la generación y divulgación de contenido técnico y estratégico desde el área de Comercialización. A través de boletines especializados y artículos publicados en la revista *Porkcolombia*, se han abordado temas clave que marcan el rumbo de la industria porcícola nacional, alineándose con las tendencias globales de consumo, tecnología y sostenibilidad.

Estas publicaciones no solo cumplen una función informativa, sino que se han convertido en herramientas clave para inspirar, actualizar y movilizar a los actores de la cadena porcícola, promoviendo la adopción de buenas prácticas, el aprovechamiento de oportunidades emergentes y la preparación del sector para enfrentar los desafíos del mercado moderno.

### **Tendencias ‘To Go’: una nueva ventana de oportunidades para la carne de cerdo colombiana.**

Uno de los boletines desarrollados y que fue publicado en la edición 283 de la revista *Porkcolombia* está enfocado en una de las tendencias de consumo más notorias en los últimos años: los “alimentos to go”. Este boletín invita a los actores del sector a explorar cómo esta modalidad centrada en la practicidad, portabilidad y conveniencia puede representar una oportunidad real para diversificar la oferta de productos derivados de carne de cerdo.

A partir de un análisis del entorno internacional y del comportamiento de los consumidores colombianos, se identifican ejemplos y adaptaciones posibles para el mercado local. El objetivo es claro: convertir la carne de cerdo en una opción viable, accesible y atractiva para el consumidor moderno, que busca soluciones rápidas sin sacrificar calidad ni valor nutricional. Así, el boletín plantea opor-



tunidades para el desarrollo de nuevos productos, empaques funcionales y canales de distribución innovadores.

### Inteligencia Artificial: el aliado silencioso del poricultor moderno.

El segundo boletín del trimestre se enfoca en otro eje fundamental para el futuro del sector: la implementación de la Inteligencia Artificial (IA). En un lenguaje accesible y con ejemplos prácticos, esta publicación presenta cómo las herramientas digitales pueden convertirse en aliadas estratégicas para poricultores y comercializadores, sin necesidad de grandes inversiones ni conocimientos técnicos avanzados.

Se destacan aplicaciones concretas de la IA para:

- Conocer mejor al consumidor y anticiparse a sus preferencias.
- Fidelizar clientes mediante personalización de la oferta.
- Optimizar procesos en la granja, desde la alimentación hasta la logística.

- Predecir comportamientos de compra y ajustar estrategias comerciales en tiempo real.

Este boletín democratiza el acceso a la tecnología dentro del sector, mostrando que la transformación digital también está al alcance de pequeños y medianos productores si se cuenta con orientación y herramientas adecuadas.

Estos mensajes se complementan con el trabajo en sostenibilidad de empaques innovadores, uno de los ejes del futuro de la comercialización porcina.

### Empaques sostenibles: hacia un sector porcícola más responsable y competitivo.

Por su parte, la revista *Porkcolombia* edición 281, publicada también durante el segundo trimestre de 2025, incluyó un artículo de alto valor estratégico centrado en el desarrollo y adopción de empaques sostenibles en el sector cárnico porcino. Con un enfoque alineado a las exigencias del mercado moderno y los compromisos ambientales globales, el artículo analiza las tendencias internacionales en envases biodegradables, reciclables y reutilizables, e identifica oportunidades concretas para el contexto colombiano.



## ¿Sabía usted que...

al ingresar estiércol al **biodigestor Sistema.bio** se reducen las emisiones de Gases de Efecto Invernadero y, además, puede acceder a **beneficios adicionales** por su implementación?

**Llámenos hoy mismo** y pregunte por esta oportunidad que tenemos por tiempo limitado.

Tel. +57 314 302 1996

[www.sistema.bio](http://www.sistema.bio)



@sistema.bio\_latam



@Sistema Biobolsa



Mejorar la presentación  
del producto en góndola

Fortalecer la percepción  
del consumidor sobre el  
compromiso del sector  
con la sostenibilidad



Abrir nuevas oportunidades  
de comercialización en grandes  
superficies, donde las políticas  
de compra se alinean cada vez  
más con criterios de sostenibilidad  
y economía circular



Más allá del impacto ambiental, el artículo también resalta cómo estos empaques pueden:

- Mejorar la presentación del producto en góndola.
- Fortalecer la percepción del consumidor sobre el compromiso del sector con la sostenibilidad.
- Abrir nuevas oportunidades de comercialización en grandes superficies, donde las políticas de compra se alinean cada vez más con criterios de sostenibilidad y economía circular.

A través de estos boletines y artículos, el área de Comercialización continúa posicionándose como un referente en la producción de contenido técnico aplicado, útil y pertinente para los desafíos actuales del sector porcícola colombiano. Las publicaciones no solo informan: transforman, guían y abren el camino hacia una porcicultura más innovadora, sostenible y centrada en el consumidor.

El conocimiento, cuando se comparte con propósito, se convierte en motor de cambio. Y eso es precisamente lo que está logrando **Porkcolombia**: conectar al sector con las grandes tendencias del mundo, pero siempre con los pies firmes en el territorio colombiano.

#### **6. Fortalecimiento de la transformación porcina: formación, articulación comercial y nuevas oportunidades de mercado impulsan el consumo de carne de cerdo nacional.**

Durante el primer semestre del 2025, el sector porcícola colombiano ha experimentado un notable avance en el fortalecimiento de la cadena de transformación, gracias a una estrategia integral de formación, acompañamiento técnico y construcción de alianzas estratégicas con actores clave del comercio minorista, institucional y territorial. Como resultado de estas acciones, más de 100 actores de la cadena de valor han sido capacitados, motivando una mayor especialización en el manejo, corte, aprovechamiento y comercialización de la carne de cerdo nacional.

Este enfoque ha despertado un interés creciente por parte del sector comercial e industrial, al visibilizar el potencial económico que representa la diversificación de cortes, el aprovechamiento completo de la canal y la sustitución progresiva de carne importada por producto colombiano. En cada intervención, el conocimiento ha sido el punto de partida para transformar la relación del mercado con la carne de cerdo, generando impactos reales en consumo, rentabilidad y posicionamiento.

#### **Grupo Éxito: hacia una comercialización 100 % nacional.**

Una de las alianzas más estratégicas ha sido con Grupo Éxito, donde se ha implementado un plan de formación técnica dirigido a puntos de venta e industria. El objetivo del programa es capacitar a 327 colaboradores en técnicas de corte, presentación y comercialización de carne de cerdo nacional. Hoy registra un avance del 25%, con proyección de continuidad durante el 2025.

Este plan no solo busca mejorar la rentabilidad del producto en góndola, sino que también plantea una reducción del 20% en las compras de carne importada, posicionando a Grupo Éxito como una empresa comprometida con el producto nacional. Entre los resultados más destacados se encuentra un aumento en ventas de carne de cerdo colombiana entre mayo y junio, tras capacitar a la fuerza de ventas en puntos de atención al cliente.

#### **Mercaldas: aprovechamiento inteligente de la canal.**

Otro ejemplo de transformación exitosa es el de Mercaldas, cadena regional que logró aumentar en 150 kg el consumo de carne de cerdo, especialmente en cortes como el costilomo, gracias a una mejor comprensión del desposte y la valorización del producto. Este incremento responde al trabajo conjunto con el equipo técnico, enfocado en mejorar la eficiencia del uso de la canal, optimizar márgenes de comercialización y ofrecer al consumidor nuevas opciones de corte y preparación.

#### **Cadena porcina del Meta: articulación territorial con visión de futuro.**

En el ámbito regional, se destaca el acompañamiento a la Alcaldía del Meta, con la implementación de un plan de formación dirigido a los principales actores de la cadena cárnica porcina del departamento. Esta estrategia permitió socializar los beneficios del aprovechamiento integral de la canal, así como promover entre los comercializadores locales una mayor diversidad de cortes aplicables a los diferentes canales de distribución.

Como resultado de esta formación, se llevó a cabo un evento regional sin precedentes que reunió a más de 240 asistentes, entre ellos comercializadores, poricultores, chefs, instituciones públicas y representantes del sector gastronómico. El evento tuvo como objetivo conectar directamente la oferta local con la demanda institucional y comercial, promoviendo vínculos comerciales sostenibles entre los productores del Meta y los compradores del territorio. Esta articulación abre una puerta valiosa hacia la construcción de un modelo de abastecimiento regional más eficiente, rentable y basado en el producto colombiano.



Estas acciones reafirman que el conocimiento técnico aplicado y la formación continua son pilares fundamentales para transformar la cadena de valor porcícola, desde el productor hasta el consumidor final. A través del trabajo conjunto con grandes superficies, cadenas regionales y gobiernos locales, se está logrando:

- Aumentar la venta de carne de cerdo nacional en canales clave.
- Sustituir producto importado por carne colombiana de alta calidad.
- Valorar integralmente la canal con cortes diferenciados y rentables.
- Fortalecer el vínculo directo entre porcicultores y compradores institucionales.
- Posicionar al sector como un referente en innovación, eficiencia y desarrollo regional.

#### **7. Alianzas que transforman: La carne de cerdo nacional consolida su presencia en instituciones clave del país.**

Durante el primer semestre del 2025, el avance en la consolidación de alianzas estratégicas con actores clave de la cadena de comercialización ha marcado un hito importante para el posicionamiento de la carne de cerdo colombiana en mercados institucionales. Como resultado de este trabajo articulado, se han logrado establecer 9 alianzas, superando ampliamente las expectativas de cobertura y efectividad en esta primera fase del año.

Estas alianzas no solo representan acuerdos comerciales, sino que se traducen en resultados concretos: aumento sostenido en el volumen de compra, mayor frecuencia de consumo dentro de minutas institucionales, y una presencia fortalecida en instituciones públicas y privadas que, tradicionalmente, no incluían la carne de cerdo como una proteína habitual en su oferta alimentaria.

El enfoque estratégico de estas alianzas ha estado centrado en tres frentes principales: incorporación de la carne de cerdo en menús institucionales, acompañamiento técnico en la formulación de minutas balanceadas, y seguimiento permanente para garantizar continuidad y sostenibilidad en las compras.

#### **Resultados destacados que reflejan el impacto de las alianzas:**

**Agencia Logística de las Fuerzas Armadas – Antioquia:** Gracias al trabajo conjunto, la carne de cerdo pasó de estar presente 4 veces por semana a 9, convirtiéndose en una proteína recurrente en las raciones diarias de los usuarios. Este cambio evidencia una mayor aceptación del produc-

to y su integración en la cultura alimentaria institucional. Con esta alianza se movilizaron más de 60 toneladas de carne de cerdo a junio 2025.

**ASPAEN (Saucara y Cantillana) – Bucaramanga:** La frecuencia de consumo también mostró un crecimiento notable, alcanzando una compra mensual estable de 170 kilos de carne de cerdo. Esto refleja un compromiso sostenido con la inclusión del producto en la minuta de estudiantes y personal administrativo.

**Fuerzas Armadas – Bucaramanga:** Se logró una incorporación significativa con tres días a la semana de consumo, lo cual se traduce en un volumen mensual de 8.780 kilos de carne de cerdo, dinamizando la demanda y generando nuevas oportunidades para productores nacionales.

**NUVAL – Medellín:** Se integraron 150 kilos adicionales de carne de cerdo (específicamente pierna y tocino) dentro de su minuta institucional. Este incremento obedece a la buena recepción del producto por parte de los beneficiarios y a su versatilidad en la preparación de platos balanceados.

**Comercializadora MAPRI – Neiva:** Se diseñaron e implementaron dos ciclos de menús que incluyen carne de cerdo tres veces por semana, aproximadamente 20 kilos por mes para los operarios de la empresa, asegurando un suministro continuo y la incorporación del producto en la dieta laboral.

Gracias a esta estrategia de articulación institucional, la carne de cerdo nacional se posiciona hoy como una opción confiable y sostenible para la alimentación en contextos donde la eficiencia, el costo-beneficio y la aceptación del consumidor son determinantes.

La consolidación de estas alianzas representa un avance clave dentro del marco del Plan Estratégico 2024-2030 y demuestra cómo la integración entre producción, comercialización y consumo institucional puede abrir nuevas rutas de desarrollo para el sector porcícola colombiano.

La porcicultura colombiana ha demostrado que es un sector en constante evolución, capaz de responder a las exigencias del mercado con innovación, compromiso y calidad. Cada logro alcanzado en 2025 refleja la unión de productores, comercializadores y consumidores que creen en la carne de cerdo como una opción saludable y confiable. Hoy, más que nunca, el sector se proyecta hacia un futuro en el que la información, la estrategia y el trabajo conjunto seguirán siendo la base del crecimiento. El camino está trazado: más conocimiento, más articulación y más carne de cerdo colombiana en las mesas del país.

# Regresa LA ALIADA CLAVE EN LA PROTECCIÓN PORCINA

**Elanco**

**Porcine Pili Shield™ + C**

**DOBLE  
PROTECCIÓN**



Inmunidad efectiva frente a **Colibacilosis Neonatal y Enterotoxemia**  
**MISMA CALIDAD, MISMA EFICACIA**

Solicítela ya con su distribuidor autorizado

\*Venta bajo receta del Médico Veterinario





# TOP 50

## empresas porcícolas en Colombia.

Informe del sector porcícola  
de Supersociedades

Por: Claudia Vila,  
Directora del área Económica  
Equipo económico  
*Porkcolombia - FNP*



## El 2024 se consolidó como un año histórico para la porcicultura colombiana

La producción nacional alcanzó las 609 mil toneladas, con un crecimiento del 7,8% frente al año anterior, lo que significó 43.970 toneladas adicionales. Esta cifra no solo marca un récord, sino que confirma la tendencia de crecimiento sostenido que el sector registra desde 2010. Un aspecto especialmente relevante fue la estabilidad en los precios, los más consistentes en la historia reciente de la porcicultura, condición que ya venía consolidándose desde 2023. Este comportamiento refleja un cambio estructural en la manera como las empresas del sector planean sus inversiones, alineadas con el primer pilar estratégico 2024-2030: “crecimiento ordenado de la producción”.

La producción porcícola nacional presenta hoy un comportamiento cada vez menos estacional. El fortalecimiento de sinergias e integraciones ha impulsado la presencia de más empresas con marca propia y venta directa al consumidor, promoviendo esquemas de formalización en la comercialización y el desarrollo de productos con valor agregado. Este dinamismo se refleja en el valor total de la producción, que en 2024 alcanzó \$7,8 billones en precios corrientes y \$3,7 billones en precios constantes, cifras históricas para la porcicultura colombiana y superiores en 7,3% y 17,9%, respectivamente, frente a 2023. Estos resultados han beneficiado directamente al poricultor con mayores ingresos por su actividad productiva, al tiempo que han permitido mantener los términos de intercambio en un contexto de economía inflacionaria.



La producción nacional alcanzó las 609 mil toneladas, con un crecimiento del 7,8% frente al año anterior, lo que significó 43.970 toneladas adicionales. Esta cifra no solo marca un récord, sino que confirma la tendencia de crecimiento sostenido que el sector registra desde 2010. Un aspecto especialmente relevante fue la estabilidad en los precios, los más consistentes en la historia reciente de la porcicultura, condición que ya venía consolidándose desde 2023. Este comportamiento refleja un cambio estructural en la manera como las empresas del sector planean sus inversiones, alineadas con el primer pilar estratégico 2024 - 2030: “crecimiento ordenado de la producción”.

La producción porcícola nacional presenta hoy un comportamiento cada vez menos estacional. El fortalecimiento de sinergias e integraciones ha impulsado la presencia de más empresas con marca propia y venta directa al consumidor, promoviendo esquemas de formalización en la comercialización y el desarrollo de productos con valor agregado. Este dinamismo se refleja en el valor total de la producción<sup>1</sup>, que en 2024 alcanzó \$7,8 billones en precios corrientes y \$3,7 billones en precios constantes, cifras históricas para la porcicultura colombiana y superiores en 7,3% y 17,9%, respectivamente, frente a 2023. Estos resultados han beneficiado directamente al poricultor con mayores ingresos por su actividad productiva, al tiempo que han permitido mantener los términos de intercambio en un contexto de economía inflacionaria.

En materia de consumo, el 2024 cerró con 14,7 kilos per cápita, consolidando al cerdo como la proteína animal con mayor crecimiento en consumo durante el año. Este logro adquiere mayor relevancia si se tiene en cuenta el complejo contexto económico: alta inflación, bajo crecimiento, desempleo de dos dígitos y presión sobre el gasto de los hogares. Aun en medio de estas condiciones, la porcicultura mantuvo un papel protagónico en la economía nacional, demostrando la sostenibilidad y resiliencia de su crecimiento.

Los resultados de crecimiento en el valor de la producción y en los términos de intercambio, que han generado mayores ingresos para los poricultores —tanto personas naturales como jurídicas—, son presentados desde la Presidencia Ejecutiva y el Área Económica de Porkcolombia-FNP. Dichos resultados se sustentan en los indicadores obtenidos a partir de los reportes de información financiera entregados por las empresas del sector<sup>2</sup> a la Superintendencia de Sociedades para la vigencia 2024.

En comparación con los indicadores de 2023, el sector poricultor registró en 2024 un aumento del 13,9% en el valor de los activos y un crecimiento del 12,1% en los ingresos operacionales, cifra que superó ampliamente la inflación del 5,20%. Asimismo, la utilidad operacional se incrementó en 53,4% y la utilidad neta en 114,5%. Estos resultados

permiten concluir que el crecimiento en producción, consumo y comercialización a precios históricos se sustentó en mayores niveles de inversión, ingresos y utilidades financieras sin precedentes para los poricultores. Un desempeño que no solo fortalece la rentabilidad del sector, sino que también representa un incentivo para continuar con el crecimiento ordenado de la producción, impulsando la productividad y competitividad de la porcicultura colombiana.

A continuación, y con el propósito de brindar a los poricultores —independientemente de si reportan o no información a la Superintendencia de Sociedades— una guía de indicadores financieros del sector, se presentan los principales resultados de 2024. Estos indicadores buscan servir de referencia para el desarrollo de la actividad productiva, destacando que lo fundamental no es únicamente crecer en inventarios y producción, sino también en rentabilidad neta, condición indispensable para asegurar la sostenibilidad financiera de largo plazo. Los resultados se agrupan en variables de rentabilidad, liquidez, endeudamiento, entre otros aspectos, y han sido elaborados con base en la información reportada por un grupo de empresas porcícolas ante la Superintendencia de Sociedades para la vigencia 2024.

“La producción nacional alcanzó las 609 mil toneladas, con un crecimiento del 7,8% frente al año anterior, lo que significó 43.970 toneladas adicionales. Esta cifra no solo marca un récord, sino que confirma la tendencia de crecimiento sostenido que el sector registra desde 2010. Un aspecto especialmente relevante fue la estabilidad en los precios, los más consistentes en la historia reciente de la porcicultura, condición que ya venía consolidándose desde 2023. Este comportamiento refleja un cambio estructural en la manera como las empresas del sector planean sus inversiones, alineadas con el primer pilar estratégico 2024 - 2030: “crecimiento ordenado de la producción”.

<sup>1</sup>Corresponde a la producción de carne en canal.

<sup>2</sup>Empresas que reportan actividad económica principal 0144 “Cría de ganado porcino”



## 1. Información general

Para la presentación de los resultados financieros del sector porcícola se toman como referencia los reportes presentados por las empresas ante la Superintendencia de Sociedades en el periodo 2019-2024<sup>3</sup>. En el último año, 65 empresas reportaron información, representando el 40% del beneficio del sector y teniendo como actividad económica principal el CIIU 0144 – Cría de ganado porcino. Este criterio permite analizar de manera más precisa a las compañías cuya actividad productiva está directamente vinculada con la porcicultura.

Partiendo de la transformación que ha experimentado el sector en los últimos años —pasando de la comercialización de cerdo en pie a contar con una red propia de distribución con marca—, los resultados financieros se presentan no solo de manera consolidada para el sector, sino también por nivel de integración. De esta forma, cada porcicultor puede identificarse con la información y contar con referencias acordes a su modelo de negocio.

Con este propósito, se definieron cuatro niveles de integración o grupos, además de un nivel adicional correspondiente a las empresas de genética. En este último caso, sus resultados no se consideran comparables, dada la particularidad de su actividad productiva y de comercialización.

### Grupo 1. Producción y comercialización de cerdo en pie y carne en canal.

Corresponde a unidades empresariales que desarrollan la actividad porcícola sin procesos de integración en comercialización, cuyo producto final es el cerdo en pie y/o la carne en canal.

### Grupo 2. Producción y comercialización de cerdo en pie y carne en canal con integración en alimento balanceado.

Incluye a las empresas que comercializan cerdo en pie y/o carne en canal, y que cuentan con integración en el suministro de alimento balanceado, ya sea a través de producción propia, alianzas comerciales, maquila o grupos asociativos, entre otros esquemas.

### Grupo 3. Producción y comercialización de cerdo en pie, carne en canal y cortes con integración en alimento balanceado.

Agrupar a las empresas que desarrollan la actividad porcícola con integración en el suministro de alimento balanceado y que comercializan directamente carne en canal y/o cortes, con o sin marca propia, a través de puntos de venta, alianzas con grandes superficies, el canal institucional y el sector HORECA, principalmente.

### Grupo 4. Empresas con integración en toda la cadena productiva.

Reúne a las empresas que tienen incorporados todos los niveles de la cadena porcícola: producción, transformación a través de planta de beneficio, comercialización de carne con marca propia, puntos de venta y la elaboración de alimento balanceado.

### Grupo 5. Empresas de genética.

Este grupo está conformado por dos empresas dedicadas a la venta de genética porcina, cuya actividad económica principal corresponde a la cría de ganado porcino.

**Gráfica 1. Grupos de empresas porcícolas en Supersociedades 2024**

| GRUPO | PRODUCTO QUE COMERCIALIZA |       |       | NIVEL DE INTEGRACIÓN |          |                     |                           |          |
|-------|---------------------------|-------|-------|----------------------|----------|---------------------|---------------------------|----------|
|       | PIE                       | CANAL | CARNE | NINGUNA              | ALIMENTO | PLANTA DE BENEFICIO | MARCA Y/O PUNTOS DE VENTA | GÉNÉTICA |
| 1     | X                         | X     |       | X                    |          |                     |                           |          |
| 2     | X                         | X     |       |                      | X        |                     |                           |          |
| 3     | X                         | X     | X     |                      | X        |                     | X                         |          |
| 4     | X                         | X     | X     |                      | X        | X                   | X                         | X        |
| 5     | X                         |       |       |                      | X        |                     |                           | X        |

La distribución de las empresas por grupos para el 2024 es la siguiente:

**Cuadro 1. Número de empresa por nivel de integración con reporte de información a Supersociedades 2023 - 2024**

| AÑO  | GRUPO 1 | GRUPO 2 | GRUPO 3 | GRUPO 4 | GRUPO 5 | TOTAL |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|
| 2023 | 8       | 25      | 20      | 5       | 2       | 60    |
| 2024 | 14      | 27      | 15      | 7       | 2       | 65    |

Fuente: Supersociedades, cálculo área económica *Porkolombia* - FNP

<sup>3</sup>Periodos es que ya están unificados los estados financieros bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) que son el conjunto de estándares internacionales de contabilidad promulgadas por el International Accounting Standards Board (IASB), instituto que establece los requisitos de reconocimiento, medición, presentación e información a revelar sobre las transacciones y hechos económicos que afectan a una empresa y que se reflejan en los estados financieros y su objetivo es la información bajo las NIIF/IFRS tenga un punto en común, una homologación y consistencia en los temas, bajo parámetros de reconocimiento técnico internacional.



2. Resultados financieros sector porcícola

2.1 Resultados generales

Para la vigencia 2024, un total de 65 empresas del sector porcícola<sup>4</sup> presentaron reporte de información financiera ante la Superintendencia de Sociedades. En conjunto, registraron activos por \$4,9 billones, ingresos operacionales de \$3,9 billones y un margen de utilidad neta del 3,4%, lo que representó un crecimiento del 91,4% frente a 2023 en este indicador.

Cuadro 2. Principales indicadores financieros 2023 - 2024 Sector porcícola  
Información en millones de pesos

| INDICADOR                   | 2023      | 2024      | VARIACIÓN |   |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|---|
| Activo                      | 3.978.068 | 4.529.985 | 13,9%     | ▲ |
| Pasivo                      | 2.323.475 | 2.585.710 | 11,3%     | ▲ |
| Patrimonio                  | 1.654.593 | 1.944.275 | 17,5%     | ▲ |
| Total ingresos              | 3.552.139 | 3.980.187 | 12,1%     | ▲ |
| Costo de ventas             | 2.915.406 | 3.138.612 | 7,7%      | ▲ |
| Utilidad bruta              | 636.733   | 841.574   | 32,2%     | ▲ |
| Utilidad Operacional        | 285.270   | 437.731   | 53,4%     | ▲ |
| Utilidad neta               | 62.420    | 133.860   | 114,5%    | ▲ |
| Margen bruto                | 17,9%     | 21,1%     | 18,0%     | ▲ |
| Margen operacional          | 8,0%      | 11,0%     | 36,9%     | ▲ |
| Margen de utilidad neta     | 1,8%      | 3,4%      | 91,4%     | ▲ |
| Rentabilidad del activo RAE | 1,6%      | 3,0%      | 88,3%     | ▲ |
| Rentabilidad patrimonio ROE | 3,8%      | 6,9%      | 82,5%     | ▲ |

Para la vigencia 2024, un total de 65 empresas del sector porcícola presentaron reporte de información financiera ante la Superintendencia de Sociedades. En conjunto, registraron activos por \$4,9 billones, ingresos operacionales de \$3,9 billones y un margen de utilidad neta del 3,4%, lo que representó un crecimiento del 91,4% frente a 2023 en este indicador.

Las cuentas del activo y los ingresos mostraron un desempeño sólido, acompañado de una recuperación en puntos porcentuales del margen operacional y de una mejora significativa en el margen neto, que pasó de 1,8% en 2023 a 3,4% en 2024, prácticamente duplicándose.

Este comportamiento permite concluir que el crecimiento en volumen y valor de la producción, los inventarios y el consumo per cápita, entre otros factores, estuvo acompañado de utilidades financieras sin precedentes para los poricultores. Un escenario que constituye un incentivo para continuar fortaleciendo la estrategia de crecimiento ordenado de la producción y, al mismo tiempo, un desafío sectorial para sostener la mejora en productividad, bajo parámetros de eficiencia, sostenibilidad y competitividad.

Se resalta que, dentro del grupo de las 1.000 empresas más grandes de Colombia clasificadas por el valor de sus ingresos operacionales, tres compañías porcícolas con actividad económica principal CIIU 0144 hicieron parte del listado: Agropecuaria Aliar, en el puesto 276; Cervalle, en el 462; y Antioqueña de Porcinos, en el 631.

Adicionalmente, se destaca la presencia de Porcicultores APA, que ocupó el puesto 735 en el ranking nacional, consolidando así la relevancia del sector dentro del tejido empresarial colombiano.

<sup>4</sup>Se toma para el análisis las empresas que reportan con actividad económica principal la 0144 “Cría de ganado porcino”.



## 2.2 Top 50 2024 de las empresas porcícolas

De acuerdo con la información publicada por la Superintendencia de Sociedades para el año fiscal 2024, las 50 empresas más grandes de Colombia, con actividad principal CIU 0144 – “Cría de ganado porcino”, registraron ingresos por \$ 3,73 billones y concentraron el 98,1 % de los activos reportados del sector.

**Cuadro 3. Top Ranking 50 empresas 2024 Sector porcícola**

| PUESTO | EMPRESA                                    |
|--------|--------------------------------------------|
| 1      | AGROPECUARIA ALIAR S.A.                    |
| 2      | CERDOS DEL VALLE S.A.                      |
| 3      | ANTIOQUEÑA DE PORCINOS S.A.S               |
| 4      | AGROPECUARIA GOLOSO DEL VALLE S.A.S        |
| 5      | GENÉTICA BIOS S.A.S                        |
| 6      | SUPERCERDO PAISA S.A.S                     |
| 7      | GARCÍA GOMEZ AGROINVERSIONES S.A.          |
| 8      | AGROINDUSTRIAS LOS ROBLES S.A.S            |
| 9      | CERDÓN S.A.S                               |
| 10     | PORCÍGENES S.A.                            |
| 11     | INVERSIONES JAIBU S.A.S                    |
| 12     | INVERSIONES TRIBILIN S.A.S                 |
| 13     | AGROCERDOS S.A.S                           |
| 14     | INVERSIONES SOGA S.A.                      |
| 15     | AGROPECUARIA DE OCCIDENTE S.A              |
| 16     | LA ESTRELLA S.A.S                          |
| 17     | PORCÍCOLA PRADERA S.A.                     |
| 18     | GRUPO PORCINO S.A.S                        |
| 19     | INVERSIONES PORCICOLA LAS MARGARITAS S.A.S |
| 20     | GRANJAS PARAISO S.A.S                      |
| 21     | AGROPECUARIA EL PORFIN Y CIA. S EN C       |
| 22     | CORREDOR LÓPEZ S.A.S                       |
| 23     | AGROPECUARIA JAS Y CIA. S.A.S              |
| 24     | INVERSIONES AGROPORC S.A.S                 |
| 25     | LAS BRISAS AGROPECUARIAS S EN C            |

| PUESTO | EMPRESA                                    |
|--------|--------------------------------------------|
| 26     | SÚPER CERDO EL FORTÍN S.A.S                |
| 27     | PORCÍCOLA LA GALICIA S.A.S                 |
| 28     | PORCÍCOLA LA FLORESTA S.A.S                |
| 29     | CARNES SANALEJO S.A.S                      |
| 30     | PORCÍCOLA EL NORAL S.A.S                   |
| 31     | INVERSIONES AGROPECUARIAS FC S.A.S         |
| 32     | PORCIVAL COLOMBIA S.A.S                    |
| 33     | COMERCIAL FLORESTA S.A.S                   |
| 34     | AGROPECUARIA LA MONTAÑITA S.A.S            |
| 35     | HOCOTEC S.A.S                              |
| 36     | VELSAGRO S.A.S                             |
| 37     | AGROSIGO S.A.S                             |
| 38     | AGROPECUARIA EL LLANITO S.A.S              |
| 39     | PROMOTORA PORCINA S.A.S                    |
| 40     | AGROPECUARIA MACPORK S.A.S                 |
| 41     | MAGRO S.A.                                 |
| 42     | VELASCO AYALDE S.A.S                       |
| 43     | TERRAZAS AGROPECUARIAS S.A.S               |
| 44     | AGROPECUARIA BOSQUE GITANO S.A.S           |
| 45     | IMP AGRO S.A.S                             |
| 46     | PORCÍCOLA SANTA MONICA S.A.S               |
| 47     | GRANJAS CAMPEÓN S.A.S                      |
| 48     | PORCICOLA EL RECUERDO S.A.S                |
| 49     | GANADO Y PORCINOS S.A.S                    |
| 50     | GANADERIA Y PORCICULTURA EL CASTILLO S.A.S |

Fuente: Supersociedades, cálculo área económica *Porkcolombia* - FNP



3. Estados de resultados

Cuadro 4. Estados de resultados 2023 - 2024 Sector porcícola  
Información en millones de pesos

| CUENTA                      | 2023      | 2024      | Var. 2023 - 2024 |        |
|-----------------------------|-----------|-----------|------------------|--------|
|                             |           |           | VALOR            | %      |
| Ingreso ordinario           | 3.552.139 | 3.980.187 | 428.048          | 12,1%  |
| Costo de ventas             | 2.915.406 | 3.138.612 | 223.206          | 7,7%   |
| Utilidad bruta              | 636.733   | 841.574   | 204.842          | 32,2%  |
| Gastos de ventas            | 172.165   | 217.484   | 45.319           | 26,3%  |
| Gastos Administrativos      | 120.090   | 158.107   | 38.017           | 31,7%  |
| Otros gastos                | 59.208    | 28.252    | -30.956          | -52,3% |
| Utilidad operacional        | 285.270   | 437.731   | 152.461          | 53,4%  |
| Ingresos financieros        | 13.060    | 15.110    | 2.049            | 15,7%  |
| Costos financieros          | 203.273   | 250.446   | 47.173           | 23,2%  |
| Utilidad antes de impuestos | 95.057    | 202.394   | 107.338          | 112,9% |
| Impuestos                   | 32.637    | 68.535    | 35.898           | 110,0% |
| Utilidad neta               | 62.420    | 133.860   | 71.440           | 114,5% |

Fuente: Supersociedades, cálculo área económica *Porkcolombia - FNP*

Cuadro 5. Participación de costos y gastos en el ingreso total  
2023 - 2024 (%)

| CUENTA                 | 2023  | 2024  | VARIACIÓN (P.P) |
|------------------------|-------|-------|-----------------|
| Costo de ventas        | 82,1% | 78,9% | -3,2            |
| Margen bruto           | 17,9% | 21,1% | 3,2             |
| Gastos de ventas       | 4,8%  | 5,5%  | 0,6             |
| Gastos Administrativos | 3,4%  | 4,0%  | 0,6             |
| Margen operacional     | 8,0%  | 11,0% | 3,0             |
| Costos financieros     | 5,7%  | 6,3%  | 0,6             |
| Impuestos              | 0,9%  | 1,7%  | 0,8             |
| Margen neto            | 1,8%  | 3,4%  | 1,6             |

Fuente: Supersociedades, cálculo área económica *Porkcolombia - FNP*

El incremento de los ingresos en 12,1% superó tanto la inflación anual (5,2%) como el crecimiento del costo de ventas (7,7%), lo que se tradujo en un aumento de la utilidad bruta del 32,2%.

Los gastos operacionales —que incluyen ventas, administración y otros rubros— continúan teniendo un peso importante en la estructura financiera de las empresas porcícolas, alcanzando el 10,1% en 2024. Estos gastos se incrementaron en 14,9% frente a 2023, en una proporción mayor que la de los ingresos (12,1%), situación que merece especial atención para lograr una mejora sostenida en los márgenes.

En la gestión operacional, el rubro de mayor relevancia corresponde a los gastos de ventas, en línea con la transformación que vive la porcicultura colombiana, donde cada vez más empresas participan en la comercialización directa o indirecta de carne de cerdo, en muchos casos con marca propia.

La principal limitante para que los márgenes financieros no fueran más altos en 2024 fue el alto costo de la deuda, al que se destinó el 6,3% de los ingresos, con un incremento del 10% frente al año anterior. Como se evidencia en el análisis del balance general, el 58,6% del pasivo corresponde a obligaciones de corto plazo, lo que impacta en alguna medida la liquidez del sector.



Las acciones orientadas a la productividad y la integración —como la elaboración de alimento balanceado, la incorporación de genética y la comercialización de carne— se han traducido en una mayor rentabilidad, gracias al control de toda o de gran parte de la cadena productiva. Este avance se refleja en la reducción de la participación del costo de ventas, que pasó de 82,1% en 2023 a 78,9% en 2024. A este comportamiento también contribuyó la caída en los precios internacionales de las materias primas, factor que favoreció la estructura de costos del sector.

La reducción en el costo de ventas permitió una mejora en los principales márgenes financieros del sector. El margen bruto aumentó en 3,2 puntos porcentuales (p.p.), el margen operacional en 3,0 p.p. —indicador clave para evaluar la rentabilidad de la operación— y el margen neto en 1,6 p.p., alcanzando un valor final de 3,4% para el conjunto de las empresas porcícolas que reportaron información a la Superintendencia de Sociedades en la vigencia 2024.

Al analizar los ingresos por empresa, se evidencia una alta dispersión tanto en los ingresos como en los márgenes netos, situación que se refleja en los gráficos 1 y 2. En el sector se identifican:

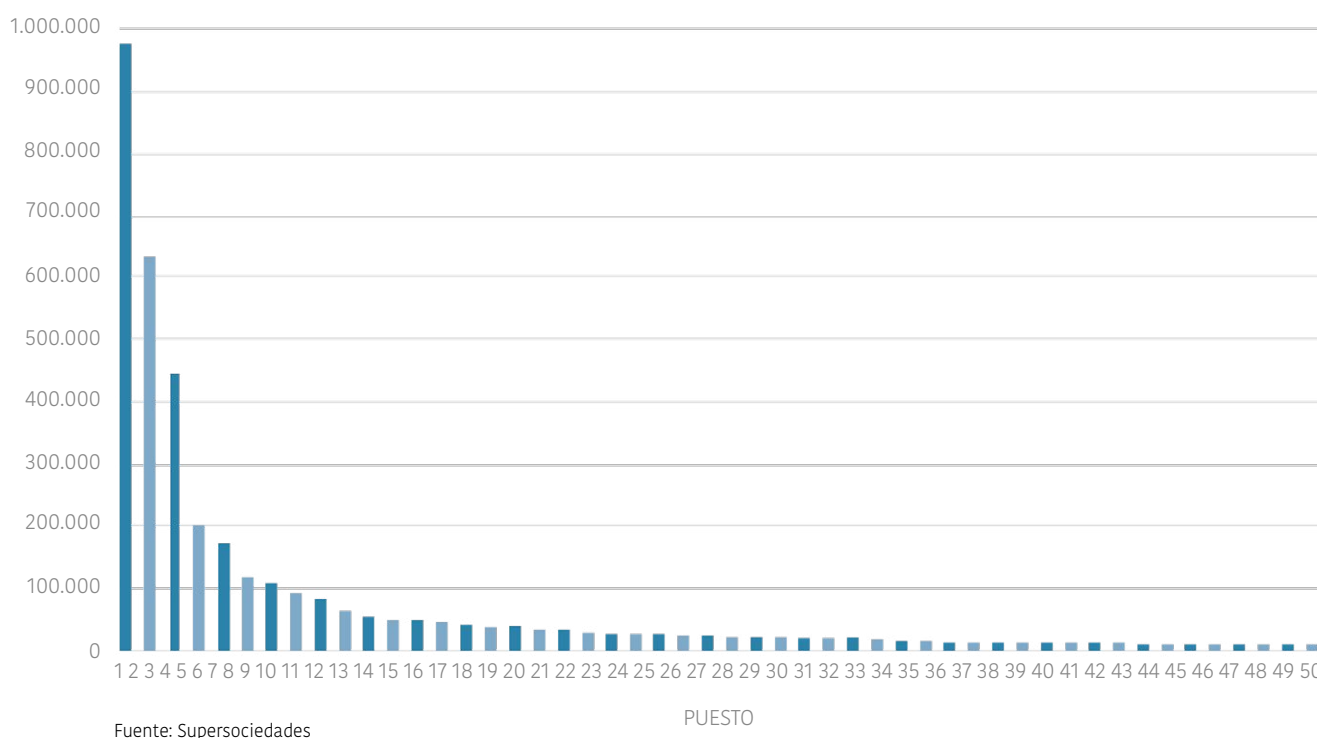
**Dos empresas** con ingresos superiores a \$500 mil millones.

**Cinco empresas** en el rango de \$100 mil millones a \$500 mil millones.

**Seis empresas** con ingresos entre \$50 mil millones y \$100 mil millones, rango en el que se ubica la séptima empresa.

**La empresa número 50** registró ingresos cercanos a los \$11 mil millones.

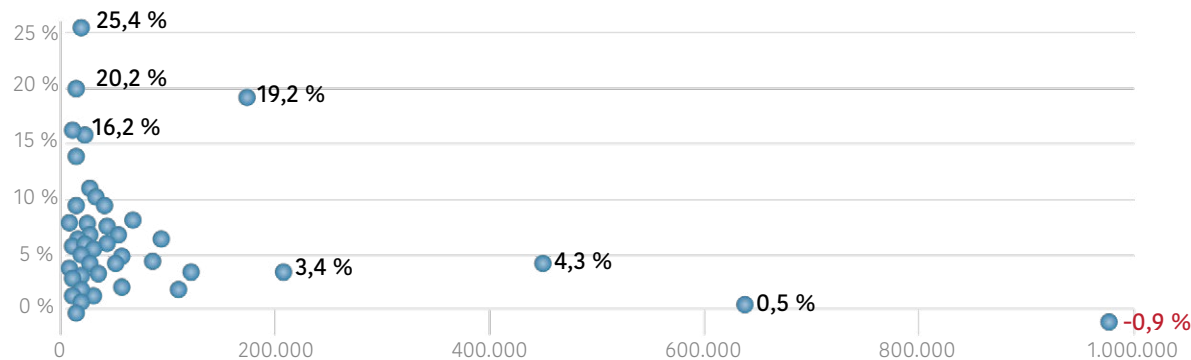
**Gráfico 2. Ingresos por empresas del sector porcícola 2024**  
Información en millones de pesos



En cuanto al margen neto de 2024, este se ubicó en 3,4%, con un promedio de 7,1%, un máximo de 25,4% y un mínimo de 1,2% según el modelo de empresa. Este comportamiento demuestra que el margen fue independiente del nivel de ingresos, lo que confirma que un mayor volumen de ventas no necesariamente se traduce en una mejor rentabilidad.



Gráfico 3. Margen neto por nivel de ingresos 2024  
Información en millones de pesos



Fuente: Supersociedades, cálculo área económica *Porkcolombia* - FNP

El análisis del margen neto por empresa evidencia que los niveles de rentabilidad más altos se concentraron en compañías con ingresos de hasta \$200 mil millones. Entre las 50 empresas más grandes del sector, cinco alcanzaron utilidades netas superiores al 16%, mientras que tres se ubicaron en el rango entre 10% y 16%. En contraste, catorce empresas no superaron el 10% de margen neto, lo que refleja la alta dispersión en los resultados de rentabilidad dentro del sector porcicultor.

Los indicadores financieros de 2024 en el estado de resultados de las empresas porcícolas marcaron un récord en los últimos seis años, acompañados de desempeños sectoriales sin precedentes en variables como beneficio, producción, valor de la producción y consumo. Estos resultados validan la relevancia del crecimiento ordenado de la producción como el principal pilar estratégico de la porcicultura colombiana, garantizando sostenibilidad, competitividad y generación de valor en toda la cadena.

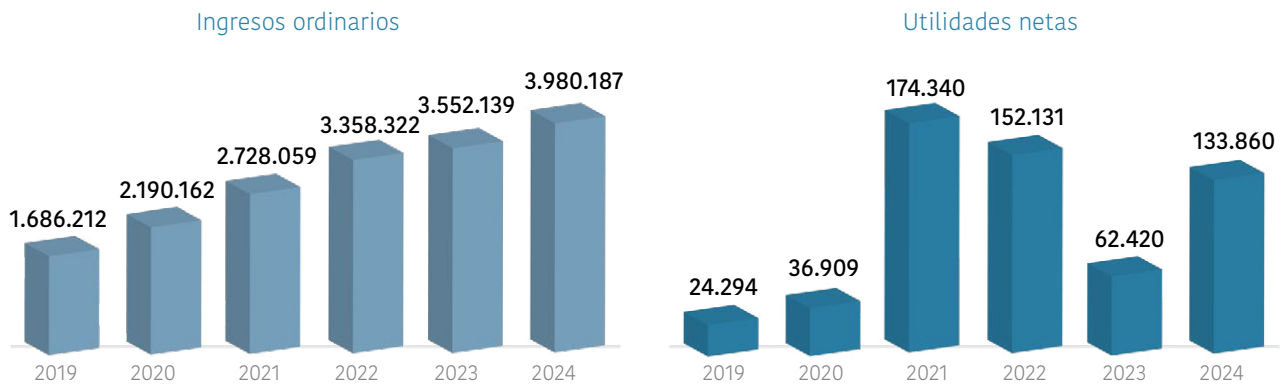
Cuadro 6. Estados de resultados Sector porcícola 2019 - 2024  
Información en millones de pesos

| CUENTA                 | 2019      | 2020      | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | VARIACIÓN |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Ingreso ordinario      | 1.686.212 | 2.190.162 | 2.728.059 | 3.358.322 | 3.552.139 | 3.980.187 | 136,0%    |
| Costo de ventas        | 1.383.486 | 1.820.370 | 2.147.012 | 2.730.012 | 2.915.406 | 3.138.612 | 126,9%    |
| Utilidad bruta         | 302.727   | 369.792   | 581.047   | 628.310   | 636.733   | 841.574   | 178,0%    |
| Gastos de ventas       | 34.019    | 113.480   | 129.488   | 182.541   | 172.165   | 217.484   | 539,3%    |
| Gastos Administrativos | 67.200    | 73.940    | 93.220    | 74.528    | 120.090   | 158.107   | 135,3%    |
| Otros gastos           | 85.520    | 34.565    | 47.469    | 26.405    | 59.208    | 28.252    | -67,0%    |
| U. operacional         | 115.988   | 147.807   | 310.870   | 344.835   | 285.270   | 437.731   | 277,4%    |
| Ingresos financieros   | 9.487     | 4.449     | 3.182     | 20.613    | 13.060    | 15.110    | 59,3%     |
| Costos financieros     | 82.174    | 93.842    | 76.325    | 120.419   | 203.273   | 250.446   | 204,8%    |
| U. antes de impuestos  | 43.301    | 58.414    | 237.727   | 245.029   | 95.057    | 202.394   | 367,4%    |
| Impuestos              | 19.007    | 21.505    | 63.387    | 92.898    | 32.637    | 68.535    | 260,6%    |
| Utilidad neta          | 24.294    | 36.909    | 174.340   | 152.131   | 62.420    | 133.860   | 451,0%    |

Fuente: Supersociedades



**Gráfico 4. Ingresos ordinarios y utilidades netas 2019-2024**  
Información en millones de pesos



Fuente: Supersociedades

**Cuadro 7. Estados de resultados sector porcícola 2019 - 2024**  
Participación de cuentas en los ingresos (%)

| INDICADOR              | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Costo de ventas        | 82,0% | 83,1% | 78,7% | 81,3% | 82,1% | 78,9% |
| Margen bruto           | 18,0% | 16,9% | 21,3% | 18,7% | 17,9% | 21,1% |
| Gastos de ventas       | 2,0%  | 5,2%  | 4,7%  | 5,4%  | 4,8%  | 5,5%  |
| Gastos Administrativos | 4,0%  | 3,4%  | 3,4%  | 2,2%  | 3,4%  | 4,0%  |
| Margen operacional     | 6,9%  | 6,7%  | 11,4% | 10,3% | 8,0%  | 11,0% |
| Costos financieros     | 4,9%  | 4,3%  | 2,8%  | 3,6%  | 5,7%  | 6,3%  |
| Impuestos              | 1,1%  | 1,0%  | 2,3%  | 2,8%  | 0,9%  | 1,7%  |
| Margen neto            | 1,4%  | 1,7%  | 6,4%  | 4,5%  | 1,8%  | 3,4%  |

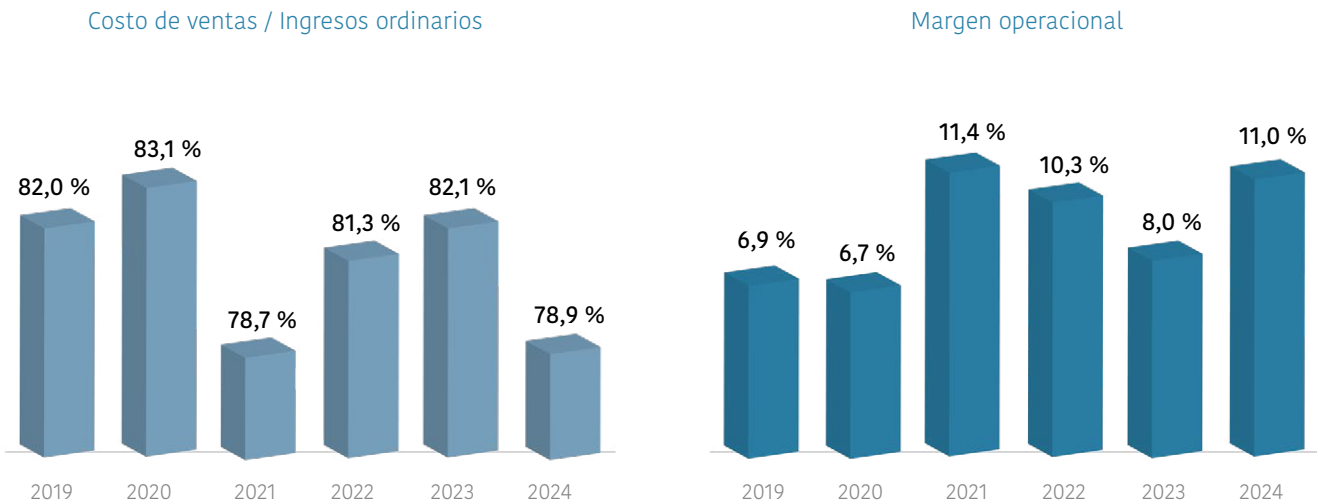
Fuente: Supersociedades, cálculo área económica *Porkcolombia - FNP*



Los indicadores financieros de 2024 en el estado de resultados de las empresas porcícolas marcaron un récord en los últimos seis años, acompañados de desempeños sectoriales sin precedentes en variables como beneficio, producción, valor de la producción y consumo



Gráfico 5. Participación del costo de ventas en los ingresos ordinarios y margen operacional 2019 - 2024



Fuente: Supersociedades

3.1. Estado de resultados por grupo de empresas

Tal como se expuso al inicio de este artículo, el análisis de los indicadores financieros también se desarrolló por grupos de empresas, definidos según su nivel de integración. Cada grupo se entiende como una unidad de negocio diferenciada, lo que permite identificar con mayor precisión sus particularidades y resultados.

Cuadro 8. Estados de resultados 2024 Empresas porcícolas según nivel de integración\*  
Información en millones de pesos

| CUENTA                      | GRUPO 1 | GRUPO 2 | GRUPO 3 | GRUPO 4   |
|-----------------------------|---------|---------|---------|-----------|
| Ingreso ordinario           | 96.954  | 771.519 | 337.325 | 2.533.664 |
| Costo de ventas             | 72.129  | 609.929 | 272.575 | 2.010.599 |
| Utilidad bruta              | 24.825  | 161.590 | 64.750  | 523.065   |
| Gastos de ventas            | 1.440   | 20.910  | 14.423  | 169.904   |
| Gastos Administrativos      | 10.759  | 46.623  | 21.189  | 69.659    |
| Otros gastos                | 3.237   | 7.661   | -1.270  | 16.658    |
| Utilidad operacional        | 9.389   | 86.396  | 30.407  | 266.844   |
| Ingresos financieros        | 13      | 4.084   | 257     | 6.182     |
| Costos financieros          | 1.752   | 18.717  | 4.271   | 220.693   |
| Utilidad antes de impuestos | 7.650   | 71.763  | 26.394  | 52.332    |
| Impuestos                   | 3.228   | 24.041  | 5.998   | 21.293    |
| Utilidad neta               | 4.422   | 47.721  | 20.397  | 31.040    |

Fuente: Supersociedades, cálculo área económica *Porkcolombia* - FNP

\*En el caso del grupo 5, correspondiente a las empresas de genética, no se presentan resultados financieros comparables, dado que su actividad económica —centrada en la producción y comercialización de material genético porcino— difiere de manera significativa frente al resto de las empresas del sector.



**Cuadro 9. Participación de costos y gastos en el ingreso total. Empresas porcícolas según nivel de integración\***  
2024 (%)

| CUENTA                 | GRUPO 1 | GRUPO 2 | GRUPO 3 | GRUPO 4 |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Costo de ventas        | 74,4%   | 79,1%   | 80,8%   | 79,4%   |
| Margen bruto           | 25,6%   | 20,9%   | 19,2%   | 20,6%   |
| Gastos de ventas       | 1,5%    | 2,7%    | 4,3%    | 6,7%    |
| Gastos Administrativos | 11,1%   | 6,0%    | 6,0%    | 2,7%    |
| Margen operacional     | 9,7%    | 11,2%   | 9,0%    | 10,5%   |
| Costos financieros     | 1,8%    | 2,4%    | 1,3%    | 8,7%    |
| Impuestos              | 3,3%    | 3,1%    | 1,8%    | 0,8%    |
| Margen neto            | 4,6%    | 6,2%    | 6,0%    | 1,2%    |

Fuente: Supersociedades, cálculo área económica *Porkcolombia* - FNP

Al analizar la participación de los principales rubros de costos y gastos sobre el total de ingresos en cada grupo de empresas, se obtienen los siguientes resultados:

En 2024, el margen más alto por niveles de integración fue del 6,2 %, alcanzado por las empresas del grupo 2 (integradas con la producción de alimentos). No obstante, este resultado se vio afectado por la alta carga tributaria, equivalente al 3,1%, muy superior a la registrada en el Grupo 4. En este sentido, se recomienda fortalecer la planeación tributaria y priorizar la venta de carne en canal sobre la de cerdo en pie, con el fin de obtener una mayor devolución del IVA y mejorar la rentabilidad.

En el Grupo 4 (empresas integradas en todos los niveles de producción y comercialización), los indicadores de costos de ventas, margen bruto y margen operacional presentan resultados muy similares a los del Grupo 2. Esto refleja la alta productividad y competitividad de estas compañías en relación con el volumen de sus inversiones e ingresos. Sin embargo, su rentabilidad final se ve limitada por la elevada carga financiera que enfrentan.

En este grupo también sobresale el eficiente manejo de los gastos administrativos, que representan únicamente el 2,7% de sus ingresos. Asimismo, la carga tributaria es de tan solo el 0,8%, muy por debajo del 1,8% registrado en el Grupo 3 y del 3,1% en el grupo 2.

En el grupo 3 (integrados en la producción de alimento y en la comercialización de carne sin infraestructura de beneficio), el costo de ventas en 2024 fue superior en 1,4 p.p. al del Grupo 4. Este incremento podría explicarse por los mayores costos de transporte, las mermas y los tiempos adicionales asociados al proceso de beneficio, desposte, acondicionamiento de la canal y entrega en el punto de venta.

Otra variable relevante es la alta participación de los gastos administrativos (6,3%), superior a la de ventas (2,7%), aun cuando se trata de empresas reconocidas por su fortaleza comercial. Pese a ello, su margen resultó competitivo, ubicándose apenas 0,2 p.p. por debajo del registrado por las empresas del grupo 2.

Las empresas del grupo 1 (producción y comercialización de cerdo en pie y canal), cada vez menos presentes en el sector, registraron el margen bruto más alto frente a los demás grupos. Sin embargo, este resultado se ve opacado por la elevada participación de los gastos administrativos —pues todos los costos del porcicultor se cargan directamente a la empresa— y por la limitada capacidad de gestión tributaria al no contar con grandes volúmenes de venta de carne en canal. A ello se suma el peso del costo financiero, lo que las convierte en el grupo que destina la mayor proporción de sus ingresos al pago de impuestos y deuda.

“Se recomienda fortalecer la planeación tributaria y priorizar la venta de carne en canal sobre la de cerdo en pie, con el fin de obtener una mayor devolución del IVA y mejorar la rentabilidad.”



4. Balance general: indicadores 2024

Cuadro 10. Balance General Sector porcícola 2023 - 2024  
Información en millones de pesos

| CUENTA                           | 2023      | 2024      | Var. 2023 - 2024 | PARTICIPACIÓN 2024 |
|----------------------------------|-----------|-----------|------------------|--------------------|
| Activo corriente                 |           |           |                  |                    |
| Efectivo                         | 61.488    | 92.226    | 50,0%            | 2,0%               |
| Cuentas por cobrar               | 315.051   | 354.281   | 12,5%            | 7,8%               |
| Inventarios                      | 376.991   | 400.207   | 6,2%             | 8,8%               |
| Activos biológicos               | 650.290   | 673.750   | 3,6%             | 14,9%              |
| Otros activos corrientes         | 110.139   | 125.944   | 14,4%            | 2,8%               |
| Total activo corriente           | 1.513.960 | 1.646.408 | 8,7%             | 36,3%              |
| Activo no corriente              |           |           |                  |                    |
| Propiedad, planta y equipo       | 2.090.129 | 2.459.650 | 17,7%            | 54,3%              |
| Activos biológicos no corrientes | 194.546   | 179.409   | -7,8%            | 4,0%               |
| Otros activos                    | 179.433   | 244.518   | 36,3%            | 5,4%               |
| Total activo no corriente        | 2.464.108 | 2.883.577 | 17,0%            | 63,7%              |
| Total Activo                     | 3.978.068 | 4.529.985 | 13,9%            | 100%               |
| Pasivo                           |           |           |                  |                    |
| Pasivo corriente                 | 1.297.175 | 1.515.562 | 16,8%            | 58,6%              |
| Pasivo no corriente              | 1.026.300 | 1.070.148 | 4,3%             | 41,4%              |
| Total pasivo                     | 2.323.475 | 2.585.710 | 11,3%            | 100 %              |
| Patrimonio                       | 1.654.593 | 1.944.275 | 17,5%            | 42,9%              |
| Pasivo + patrimonio              | 3.978.068 | 4.529.985 | 13,9%            | 100%               |

Fuente: Supersociedades, cálculo área económica *Porkcolombia - FNP*

En 2024, los activos totales del sector reportados a la Supersociedades crecieron un 13,9%, superando en 2,6 p.p. la variación del pasivo. El mayor dinamismo se reflejó en el patrimonio, que registró un incremento del 17,5%. Este comportamiento se tradujo en una mejora de la rentabilidad del patrimonio (ROE), que pasó del 3,8% en 2023 al 6,9% en 2024.

El 73,1% de los activos del sector corresponde a propiedad, planta y equipo, junto con activos biológicos (inventarios de granja). Estas partidas registraron crecimientos del 17,7%, con participaciones de 54,3% y 18,8%, respectivamente.

El 58,6% del pasivo corresponde a obligaciones de corto plazo, lo que refleja una preferencia del sector por mecanismos de financiación con vencimiento inferior a un año.

Del total de los activos, el 57,1% se financia con pasivos y el 42,9% con capital propio. No obstante, en 2024 se observó una reducción del nivel de endeudamiento, que pasó del 58,4% en 2023 al 57,1% en 2024. En contraste, la liquidez presentó una disminución, reflejada en la caída del activo corriente (-4,5%) y en la reducción de la razón corriente (activo corriente/pasivo corriente), que bajó 6,9 p.p.



Cuadro 11. Indicadores de balance general Sector porcícola 2023 - 2024

| INDICADOR                                  | 2023  | 2024  | VARIACIÓN |   |
|--------------------------------------------|-------|-------|-----------|---|
| Activo corriente/activo                    | 38,1% | 36,3% | -1,7      | ▼ |
| Activo no corriente/activo                 | 61,9% | 63,7% | 1,7       | ▲ |
| Inventario/activos                         | 9,5%  | 8,8%  | -0,6      | ▼ |
| Propiedad, plata y equipos/activos         | 52,5% | 54,3% | 1,8       | ▲ |
| Pasivo corriente/pasivo                    | 55,8% | 58,6% | 2,8       | ▲ |
| Pasivo no corriente/ pasivo                | 44,2% | 41,4% | -2,8      | ▼ |
| Nivel de endeudamiento<br>(Pasivo /activo) | 58,4% | 57,1% | -1,3      | ▼ |
| Patrimonio/ activo                         | 41,6% | 42,9% | 1,3       | ▲ |
| Activo corriente /pasivo corriente         | 117%  | 109%  | -8,1      | ▼ |
| Rentabilidad del activo RAE                | 1,6%  | 3,0%  | 1,4       | ▲ |
| Rentabilidad del patrimonio ROE            | 3,8%  | 6,9%  | 3,1       | ▲ |

Fuente: Supersociedades, cálculo área económica *Porkcolombia* - FNP

## 4.1 Balance general: resultados por grupo de empresas

Cuadro 12. Balance general 2024. Sector porcícola y por grupos de empresas

Información en millones de pesos

| CUENTA                           | GRUPO 1 | GRUPO 2 | GRUPO 3 | GRUPO 4   |
|----------------------------------|---------|---------|---------|-----------|
| <b>Activo corriente</b>          |         |         |         |           |
| Efectivo                         | 4.414   | 39.267  | 14.701  | 30.541    |
| Cuentas por cobrar               | 37.123  | 65.642  | 75.684  | 156.556   |
| Inventarios                      | 11.828  | 35.608  | 28.803  | 316.185   |
| Activos biológicos               | 24.348  | 51.856  | 24.032  | 531.093   |
| Otros activos corrientes         | 5.590   | 20.540  | 13.098  | 83.665    |
| Total activo no corriente        | 83.304  | 212.913 | 156.318 | 1.118.040 |
| <b>Activo no corriente</b>       |         |         |         |           |
| Propiedad, planta y equipo       | 62.828  | 255.561 | 123.707 | 1.944.541 |
| Activos biológicos no corrientes | 8.654   | 28.704  | 9.459   | 121.998   |
| Otros activos                    | 17.635  | 55.289  | 50.464  | 104.584   |
| Total activo no corriente        | 89.117  | 339.554 | 183.630 | 2.171.122 |
| Total Activo                     | 172.421 | 552.467 | 339.948 | 3.289.163 |
| <b>Pasivo</b>                    |         |         |         |           |
| Pasivo corriente                 | 40.781  | 108.400 | 88.068  | 1.202.932 |
| Pasivo no corriente              | 27.108  | 170.815 | 41.642  | 822.706   |
| Total Pasivo                     | 67.889  | 279.215 | 129.710 | 2.025.637 |
| Patrimonio                       | 104.532 | 273.252 | 210.238 | 1.263.525 |
| Pasivo + patrimonio              | 172.421 | 552.467 | 339.948 | 3.289.163 |

Fuente: Supersociedades, cálculo área económica *Porkcolombia* - FNP



Cuadro 13. Participación de cuentas de balance en total activo  
Sector porcícola y por grupos 2024

| INDICADOR                               | GRUPO 1 | GRUPO 2 | GRUPO 3 | GRUPO 4 |
|-----------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Activo corriente/activo                 | 48,3%   | 38,5%   | 46,0%   | 34,0%   |
| Activo no corriente/activo              | 51,7%   | 61,5%   | 54,0%   | 66,0%   |
| Inventario/activos                      | 6,9%    | 6,4%    | 8,5%    | 9,6%    |
| Propiedad, plata y equipos/activos      | 36,4%   | 46,3%   | 36,4%   | 59,1%   |
| Pasivo corriente/pasivo                 | 60,1%   | 38,8%   | 67,9%   | 59,4%   |
| Pasivo no corriente/ pasivo             | 39,9%   | 61,2%   | 32,1%   | 40,6%   |
| Nivel de endeudamiento (pasivo /activo) | 39,4%   | 50,5%   | 38,2%   | 61,6%   |
| Patrimonio/activo                       | 60,6%   | 49,5%   | 61,8%   | 38,4%   |
| Activo corriente /pasivo corriente      | 204%    | 196%    | 177%    | 93%     |
| Rentabilidad del activo RAE             | 2,6%    | 8,6%    | 6,0%    | 0,9%    |
| Rentabilidad del patrimonio ROE         | 4,2%    | 17,5%   | 9,7%    | 2,5%    |

Fuente: Supersociedades, cálculo área económica *Porkcolombia - FNP*

Del análisis del balance general del sector y de los distintos modelos productivos, se destacan los siguientes indicadores:

Las empresas del Grupo 4 lideran con la mayor participación de activo no corriente e inventarios dentro del activo total. No obstante, también presentan un elevado nivel de endeudamiento (61,6%), lo que indica que gran parte de sus activos se financia con deuda. Esta situación se reflejó en el estado de resultados, donde la carga financiera se constituyó en la principal limitante para que su margen neto no alcanzara un nivel superior.

El menor nivel de endeudamiento se registra en las empresas del Grupo 3; sin embargo, el 67,9% de sus obligaciones corresponde a pasivos de corto plazo, lo que termina afectando la rentabilidad tanto del activo como del patrimonio.

Las empresas integradas con la producción de alimento balanceado presentan la mayor participación de pasivos a largo plazo (61,2%), lo que les permite mantener un nivel de endeudamiento equilibrado (50,5%). Este manejo financiero se tradujo en los mejores resultados de RAE y ROE del sector, con indicadores de 8,5% y 17,5%, respectivamente.

Conclusiones

Los resultados financieros del sector en 2024 fueron históricos, especialmente en lo relacionado con activos, ingresos y margen neto. Esto demuestra que el crecimiento en volumen y valor de la producción, junto con el aumento del consumo per cápita, estuvo acompañado de utilidades

financieras sin precedentes para los porcicultores. Estos logros se convierten en un incentivo para consolidar la estrategia de crecimiento ordenado de la producción y, al mismo tiempo, en una oportunidad para seguir fortaleciendo la productividad y la competitividad del sector.

Las acciones orientadas a mejorar la productividad y la integración —como la elaboración de alimento balanceado, la genética y la comercialización de carne— se reflejan en una mayor rentabilidad, al permitir un mayor control sobre la cadena productiva. Esto se evidencia en la reducción del costo de ventas, que pasó del 82,1% en 2023 al 78,9% en 2024, resultado también influenciado por la caída de los precios internacionales de las materias primas.

Cada modelo de integración muestra mejores resultados en comparación con las empresas del Grupo 1. Se destacan las del Grupo 4, que gracias a su esquema productivo totalmente integrado alcanzan los márgenes bruto y operacional más altos, mientras que las del Grupo 2 registraron el mejor margen neto, impulsado por la menor participación del costo de ventas.

Los indicadores sectoriales, presentados y clasificados por grupos de empresas, buscan que cada poricultor, independientemente del tamaño de su compañía, cuente con un referente para evaluar el desempeño financiero de su negocio. De esta manera, puede identificar oportunidades de mejora y definir estrategias de optimización, de forma similar a cómo gestiona los parámetros de su producción en granja.



# Tendencias transformadoras: 'CLEAN LABEL', una oportunidad para el sector porcícola

Por: Adrian Camilo Triana  
Coordinador de  
tendencias globales  
Porkcolombia - FNP





En un contexto donde los consumidores demandan transparencia sobre el origen de los alimentos y su impacto en la salud, surge el concepto 'Clean Label', una de las tendencias más influyentes en la industria alimentaria mundial. Este enfoque, que promueve el uso de ingredientes simples, naturales y fácilmente reconocibles, representa una oportunidad clave para revalorizar la carne de cerdo y alinearse con las expectativas actuales de los consumidores.

### ¿Qué es el 'Clean label'?

El término 'Clean label' o "etiqueta limpia" hace referencia a la demanda de los consumidores por mayor transparencia en el etiquetado de los productos, donde los ingredientes declarados sean fácilmente reconocibles y estén libres de aditivos artificiales o conservantes innecesarios. En esencia, este enfoque promueve una comunicación clara y honesta, centrada en la naturalidad del producto y el bienestar del consumidor.

### ¿Cómo conectar esta tendencia al sector porcícola?

Aunque el término 'Clean label' suele asociarse con productos vegetales o veganos, la carne de cerdo puede posicionarse como protagonista de este movimiento, siempre que se enfoque en prácticas como:

#### Origen trazable y certificado

Garantizar información clara y verificable sobre el origen del animal, su alimentación y las condiciones de bienestar durante su crianza.

#### Cortes naturales sin conservantes

Ofrecer un producto fresco, sin aditivos artificiales, resaltando su carácter 100 % natural. Esto lo convierte en una opción ideal para consumidores que priorizan una alimentación saludable y transparente.

#### Procesamiento responsable y etiquetado claro

Utilizar empaques con listas cortas de ingredientes, evitando nombres de químicos complejos. Esto no solo fortalece la confianza del consumidor, sino que también refleja el compromiso de la empresa con la calidad y la transparencia.

La imagen anterior ejemplifica claramente la aplicación del 'Clean label' en el etiquetado. Al comparar dos productos similares de distintas marcas, se observa que:

La primera empresa aprovecha al máximo el espacio para comunicar información relevante al consumidor (origen, ingredientes y beneficios).

La segunda se limita a ofrecer datos básicos, desaprovechando la oportunidad de generar verdadera transparencia. Ser Clean Label va más allá del diseño: implica un compromiso con la claridad y la honestidad, donde cada detalle del empaque refuerza la confianza del consumidor en la calidad, el origen y la trazabilidad del producto.



Los datos revelan un cambio significativo en el comportamiento del consumidor: según Innova Market Insights (2024), el 60 % de los compradores a nivel global revisan las etiquetas de los productos antes de adquirirlos, una tendencia impulsada por la creciente preocupación por la salud. Esto no es casualidad, sino el reflejo de un consumidor más informado, exigente y consciente de lo que consume.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) reportó que, para finales de 2023, las enfermedades no transmisibles como la diabetes y la obesidad habían aumentado en un 74%, alcanzando los 41 millones de casos anuales. En particular, la obesidad se ha triplicado desde 1975, afectando a 650 millones de adultos y 124 millones de adolescentes en 2024, según datos publicados por The Lancet.

Frente a esta realidad, los consumidores no solo buscan información, sino que están dispuestos a pagar más por productos que perciben como naturales y frescos. De hecho, Nielsen (2023) destaca que el 48 % de los compradores globales están dispuestos a pagar un precio premium por alimentos que contribuyan a mejorar su calidad de vida. Aquí es donde el concepto 'Clean label' y la carne de cerdo colombiana encuentran una oportunidad única:

**Transparencia desde la granja:** demostrar que proviene de cerdos con alto bienestar animal, alimentación balanceada y trazabilidad verificable.

**Comunicación clara:** convertir el etiquetado en un puente de confianza, destacando atributos como "libre de aditivos" o "origen certificado".

**Valor agregado:** posicionarla no solo como una proteína, sino como una elección consciente, alineada con las demandas de un consumidor informado.

### ¿Cómo potenciar el consumo de carne de cerdo colombiana?

Adoptar las tendencias actuales no solo responde a demandas puntuales, sino que abre la puerta para reposicionar la carne de cerdo como una opción moderna, saludable y confiable. Para lograrlo, estrategias basadas en el 'Clean label' pueden marcar la diferencia:

### Reformulación de productos cárnicos con ingredientes naturales

**Reducción de nitritos:** sustituir aditivos artificiales por extractos naturales (ej.: apio, romero o acerola) que cumplan la misma función conservante, manteniendo la seguridad alimentaria.

**Productos más limpios:** eliminar ingredientes innecesarios y destacar en el etiquetado el uso de alternativas naturales.

### Diferenciación: carne fresca vs. importada

La carne de cerdo colombiana se destaca por ser fresca, sin conservantes y producida bajo estrictos estándares sanitarios. Las plantas autorizadas por el INVIMA, en cumplimiento del Decreto 1500 de 2007 y su modificación 2016 de 2023, garantizan procesos de beneficio, desposte y conservación con inspecciones oficiales, manteniendo la cadena de frío, aplicando Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y asegurando la inocuidad del producto.

Según el Codex Alimentarius (STAN 89-1981, Rev. 2011), la carne fresca es aquella no sometida a tratamientos de conservación distintos al enfriamiento y libre de aditivos químicos. Esto respalda que la carne colombiana, procesada bajo cadena de frío controlada, conserva sus propiedades naturales y no requiere conservantes añadidos, diferenciándola claramente de buena parte de la carne importada.

### Narrativas de origen y sostenibilidad

El consumidor podrá conocer la historia detrás del producto mediante un QR confiable, recorriendo su proceso de producción desde el cuidado responsable en la granja con prácticas enfocadas en el bienestar, la nutrición balanceada y el manejo ético de cada etapa hasta su empaque final. Esta narrativa no solo refuerza la confianza, sino que también resalta el impacto positivo de la porcicultura responsable: la implementación de prácticas sostenibles orientadas a reducir la huella de carbono, optimizando el uso de recursos y generar un valor agregado que conecta con las nuevas tendencias de consumo consciente.

### Etiquetado inteligente y transparencia

**QR con información detallada:** permitir que el consumidor escanee y acceda a datos como:

- Origen de la carne (granja, fecha de producción).
- Métodos de crianza (libre de antibióticos, alimentación natural).
- Beneficios nutricionales (alto contenido proteico, vitaminas B12 y hierro).

**Lenguaje claro:** evitar términos técnicos; usar mensajes simples como "100% natural" o "Sin conservantes artificiales".



### Empresas colombianas que le apuestan al 'Clean label'.

En Colombia, cada vez más empresas priorizan la satisfacción de sus consumidores, ofreciendo experiencias y servicios de calidad. Un ejemplo destacado es 'Sandwich Q'bano', que, al identificar el interés de sus clientes por disfrutar sus productos en casa, reformuló su estrategia y desarrolló una línea nutricional 'Clean label'. Esta innovación les permitió llevar su sabor característico más allá de los puntos de venta, logrando un incremento del 4.000 toneladas en ventas de salsas desde 2023 y generando ingresos superiores a \$ 750 millones de pesos.

#### Este éxito se basa en tres pilares:

1. **Transparencia:** comunicación clara sobre beneficios, sabor y procesos de fabricación
2. **Enfoque familiar:** confianza y cercanía con el consumidor
3. **Crecimiento sostenido:** proyección de un aumento del 5 % para cierre de 2024, según La República

#### ¿Por qué el sector porcicultor debería seguir este ejemplo?

La tendencia 'Clean label' está transformando los hábitos de consumo. Para la industria porcícola colombiana, representa una oportunidad estratégica para:

**Diferenciarse:** resaltar atributos como carne fresca, trazabilidad y calidad mediante claims efectivos.

**Agregar valor:** innovar en productos que respondan a la demanda de transparencia.

**Conectar emocionalmente:** posicionar la carne de cerdo 100% colombiana como la proteína preferida, destacando sus beneficios naturales y procesos sostenibles.

El consumidor actual ya no solo busca alimentarse; quiere entender lo que come, confiar en su origen y sentirse bien con su elección. El concepto "Clean Label" nació en el ámbito de los alimentos procesados como respuesta a la demanda de etiquetas claras y productos más naturales, pero hoy trasciende a las proteínas frescas, transformando la forma en que se producen, comunican y consumen.

Para el sector porcicultor colombiano, esta es una oportunidad estratégica: liderar la transición hacia productos más honestos, sostenibles y alineados con los valores de salud, transparencia y bienestar animal.

Al adoptar esta tendencia, la carne de cerdo colombiana no solo responde a las exigencias del consumidor moderno, sino que construye un valor histórico: posicionar al país como referente en proteína fresca, transparente y sostenible en América Latina.





“ El consumidor actual ya no solo busca alimentarse; quiere entender lo que come, confiar en su origen y sentirse bien con su elección. ”

“ Para el sector porcicultor colombiano, esta es una oportunidad estratégica: liderar la transición hacia productos más honestos, sostenibles y alineados con los valores de salud, transparencia y bienestar animal. ”



Automatización,  
inteligencia artificial  
y digitalización

# EN LOS PROCESOS

de la carne de cerdo

Por: **Adrian Camilo Triana**  
Coordinador de  
tendencias globales  
Porkcolombia - FNP

La constante evolución de la industria cárnica está marcada por una era de automatización, inteligencia artificial y digitalización de procesos. La implementación de robots de desposte y tecnologías basadas en IA ya no es una visión del futuro, es una realidad que está redefiniendo la eficiencia y la sostenibilidad en las plantas de procesamiento.

Estas soluciones han mejorado de manera significativa la precisión en los cortes, reduciendo mermas y maximizando el aprovechamiento de la canal de cerdo. Esto se traduce en productos de mayor valor, menor desperdicio y operaciones más rentables.

Además, estas tecnologías permiten optimizar el uso de la mano de obra, enfocando los esfuerzos humanos en tareas de mayor valor agregado y reduciendo los riesgos laborales en procesos repetitivos o peligrosos.

La integración de sensores, el análisis de datos y la implementación de algoritmos permiten tomar decisiones más informadas, garantizar la trazabilidad del producto y anticiparse a la demanda, contribuyendo a una gestión eficiente del inventario. En este contexto, Maquinar(IA) no solo es una tendencia, sino un paso clave hacia una industria porcina más moderna, precisa y sostenible.

### **Automatización del desposte y corte de la carne porcina**

Ante la creciente necesidad de mejorar la eficiencia productiva, optimizar los costos operativos y reducir los riesgos laborales del personal, se estima que, para finales de 2024, el mercado global de maquinaria para desposte, deshuese, corte y porcionado porcino alcanzará una inversión aproximada de 2,13 mil millones de dólares, según Valuates Reports.

Este crecimiento está impulsado por la incorporación de robots de alto rendimiento, capaces de alcanzar hasta un 95 % de precisión en los cortes, gracias a la integración de sensores inteligentes y sistemas de análisis avanzados. Estas tecnologías permiten identificar con exactitud la ubicación de la carne, realizando cortes más precisos que reducen el desperdicio y mejoran significativamente la eficiencia en tiempo y costo dentro de las plantas procesadoras.

El deshuese manual de la carne de cerdo es una tarea extenuante y riesgosa, que implica alto contacto entre el operario y la canal, representando un riesgo para la salud. Esta situación se evidenció de forma crítica durante la pandemia de COVID-19, cuando muchas plantas procesadoras tuvieron que detener operaciones o reducir su capacidad, priorizando la seguridad alimentaria y la salud de los trabajadores. Esto provocó una disminución en la producción, afectó la economía del sector y generó episodios de desabastecimiento.

Frente a este panorama, muchas empresas se vieron obligadas a replantear sus métodos de producción, priorizando tanto el bienestar de sus colaboradores como la sostenibilidad económica. Un ejemplo destacado es Danish Crown, una de las mayores procesadoras de carne en Europa, ubicada en Dinamarca. La compañía apostó por la automatización y la inteligencia artificial, incorporando un sistema de seis robots en su planta de procesamiento.

Estos robots están equipados con tecnología de escaneo láser que analiza la anatomía del cerdo en tiempo real para ejecutar con precisión tareas como la separación de órganos, cortes de canal y porcionado, todo ajustado a la ficha técnica y a los requerimientos del cliente. El proceso es supervisado por un número reducido de operarios, lo que minimiza el contacto directo y reduce el riesgo de contaminación.

Gracias a esta innovación, Danish Crown ha logrado realizar el desposte y corte de un cerdo en aproximadamente 10 minutos, manteniendo la cadena de frío y elevando la eficiencia del proceso. Esta transformación no solo mejora la seguridad y la productividad, sino que representa un modelo a seguir para la industria cárnica a nivel global.

### **Maquinar(IA) aplicada en todas las etapas de transformación de carne de cerdo.**

La modernización del procesamiento de carne de cerdo ha dejado de ser una tendencia para convertirse en una necesidad frente a la competitividad de la oferta y la demanda. Cada vez más, las plantas de transformación incorporan tecnologías que optimizan cada etapa del proceso, desde el desposte hasta el empaque final.

Estas soluciones están diseñadas para funcionar en línea con otros procesos, lo que facilita la trazabilidad, agiliza los tiempos de producción y garantiza una mayor eficiencia operativa.

### **Termosellado, empaque al vacío y atmósfera modificada (MAP)**

La automatización también se extiende a etapas clave como el llenado y empaque. Los nuevos equipos de termosellado, empaque al vacío y tecnología MAP (atmósfera modificada) ofrecen múltiples beneficios:

- Extensión de la vida útil del producto
- Reducción de agentes contaminantes durante el proceso
- Mejor conservación en textura, color y sabor



Además, muchos de estos equipos integran sensores inteligentes que ajustan automáticamente los parámetros de sellado y pesaje, lo cual:

- Reduce el margen de error
- Agiliza el empaque de postas con diferencias de tamaño
- Mejora los tiempos de respuesta en línea de producción

### Equipos sostenibles que reducen costos y cuidan el entorno

Como lo hemos señalado a lo largo del boletín, esta maquinaria no solo optimiza los procesos y mejora la rentabilidad, sino que también incorpora tecnologías más limpias y responsables. Los nuevos equipos están diseñados con sistemas que:

- Consumen menos energía y agua, especialmente en sus rutinas de limpieza
- Reducen los costos operativos y facilitan el cumplimiento de estándares ambientales y sostenibilidad exigidos por el sector y los consumidores

### Implementación de automatización e Inteligencia Artificial en la industria porcina colombiana

La automatización y la inteligencia artificial (IA) comienzan a transformar la industria de alimentos en Colombia, especialmente en el sector cárnico. Aunque su adopción aún no se compara con la de países como Estados Unidos o los miembros de la Unión Europea —que lideran este cambio gracias a inversiones estratégicas orientadas a la exportación—, en Colombia, ya se están dando los primeros pasos hacia la modernización.

#### Primeros avances en Colombia

A nivel nacional, ya se observan iniciativas para automatizar procesos dentro de la cadena productiva porcina. Estas van desde la implementación de sensores para el control del ingreso del cerdo en pie, hasta el uso de tecnología en las etapas finales de transformación. Cada una de estas acciones, aunque pequeñas, suma al objetivo de mejorar la eficiencia, la calidad y la rentabilidad del proceso productivo.

#### Oportunidades para el sector porcicultor colombiano

##### *Aumento de la productividad:*

Estudios europeos por el Meat Science se ha demostrado que, al reducir las mermas, es posible lograr incrementos de hasta un 5 % en eficiencia y mejoras de hasta un 10 % en el rendimiento en canal.

##### *Reducción de riesgos laborales:*

La incorporación de maquinaria en los procesos de corte, pesado y empaque reduce significativamente la exposición directa de los operarios, contribuyendo a entornos de trabajo más seguros, eficientes y ergonómicos.

##### *Optimización de tiempos y reducción de costos:*

Las tecnologías aplicadas al procesamiento permiten reducir los tiempos de operación, lo que se traduce en menores costos operativos gracias al aumento en la productividad. Esto, a su vez, genera un mayor valor agregado en la transformación de la carne de cerdo.

### Retos en la transformación tecnológica del sector

Si bien existen múltiples oportunidades, también es necesario reconocer los desafíos que enfrenta el sector porcicultor colombiano:

##### *Alta inversión inicial:*

La adquisición de sistemas tecnológicos requiere una inversión significativa. Sin embargo, se estima que el retorno puede evidenciarse en un periodo inferior a dos años, gracias a la eficiencia y sostenibilidad de estas soluciones.

##### *Brechas en formación técnica:*

La adaptación a estos nuevos sistemas exige personal capacitado, lo que representa un reto para muchas empresas que aún no cuentan con equipos técnicos preparados.

##### *Infraestructura y conectividad:*

Algunas zonas productoras carecen de la infraestructura básica necesaria para implementar tecnologías inteligentes, lo que limita la escalabilidad de estos procesos.

En resumen, la automatización y la inteligencia artificial en el sector porcicultor colombiano se encuentran aún en una etapa inicial, pero su implementación ya evidencia beneficios tangibles: mayor calidad, reducción de mermas, mejoras en la seguridad laboral y eficiencia operativa. Estas tecnologías representan una oportunidad para aumentar la competitividad, optimizar costos y generar productos con mayor valor agregado. El reto está en avanzar con decisión, inversión y capacitación, superando las brechas de infraestructura y formación técnica que aún limitan la modernización. Nos encontramos en un momento decisivo para el futuro del sector: apostar por la digitalización, la trazabilidad y la sostenibilidad permitirá que la porcicultura colombiana opere bajo estándares internacionales y se posicione como un referente en América Latina. De esta manera, la industria no solo responderá a los desafíos actuales, sino que consolidará una porcicultura innovadora, moderna y preparada para competir en un mercado global cada vez más exigente.



Carne de cerdo,

# UN ALIMENTO MILENARIO, ADAPTADO AL MUNDO MODERNO



Por: Andrea Vásquez  
Nutricionista ejecutiva  
Porkcolombia - FNP



Desde tiempos remotos, el cerdo ha formado parte esencial de la dieta de numerosas civilizaciones. En China, el Imperio romano, Mesopotamia y en diversas regiones de Europa y América, su carne fue apreciada no solo por su sabor, sino también por su capacidad de alimentar de manera eficiente a grandes poblaciones. Diversas evidencias arqueológicas, como tallados, pinturas y documentos antiguos, demuestran que el proceso de domesticación del cerdo comenzó hace más de 9.000 años.

Hoy en día, la carne de cerdo se consolida como una de las principales fuentes de proteína animal a nivel mundial. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2023), ocupa el segundo lugar en consumo global, solo superada por la carne de ave. En Colombia, el consumo per cápita en 2024 fue de 14,7 kg, mientras que en países como China superó los 39 kg en el mismo año, lo que refleja su importancia cultural, gastronómica y económica.

Este nivel de consumo obedece a diversos factores, entre ellos su accesibilidad, sabor, valor nutricional, versatilidad culinaria y eficiencia en la producción. Con el crecimiento y la urbanización de la población mundial, la carne de cerdo se ha consolidado como un alimento capaz de adaptarse a los retos del siglo XXI.

### Valor nutricional: mucho más que proteína

Una de las principales razones para fomentar el consumo de carne de cerdo es su alto valor nutricional. La carne magra, especialmente cortes como el lomo, la pierna o el solomito, constituye una fuente de proteínas de gran calidad biológica, ya que aporta todos los aminoácidos esenciales que el cuerpo humano requiere para crecer, reparar tejidos y mantener sus funciones vitales.

Los cortes magros de la carne de cerdo, como el lomo, aportan entre un 20 % y un 26 % de proteína, lo que equivale aproximadamente al 40 % del requerimiento diario de un adulto promedio. Este perfil nutricional convierte a la carne de cerdo en una opción estratégica para poblaciones en desarrollo, donde las deficiencias proteicas son frecuentes (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar [ICBF], 2018).

### Vitaminas y minerales clave:

Además de proteína, la carne de cerdo aporta vitaminas y minerales esenciales:

- **Vitamina B1 (Tiamina):** clave para transformar carbohidratos en energía y mantener la función nerviosa. El cerdo es una de las fuentes más ricas de esta vitamina.

- **Vitaminas B6 y B12:** necesarias para la formación de glóbulos rojos y el desarrollo del sistema nervioso.
- **Niacina (B3):** apoya la salud digestiva, de la piel y de los nervios.
- **Hierro hemo:** más fácil de absorber que el hierro vegetal, ayuda a prevenir anemia.
- **Zinc:** esencial para la inmunidad y regeneración celular.
- **Selenio:** antioxidante que protege células y apoya la función tiroidea.

### Desmitificando la grasa: avances en la producción porcina

Durante décadas, una de las críticas más comunes hacia el cerdo fue su contenido graso. Sin embargo, gracias a la modernización de la porcicultura con selección genética, mejoras en alimentación y manejo animal controlado, hoy contamos con una carne mucho más magra y segura.

Este cambio refleja una industria que opera bajo altos estándares de bioseguridad, bienestar animal, trazabilidad e inocuidad. La implementación de tecnologías como biodigestores, energías renovables y programas sanitarios preventivos ha permitido reducir el uso de antibióticos y minimizar la huella ambiental. De este modo, la carne de cerdo no solo resulta más saludable, sino que también representa una opción ambientalmente responsable frente a otras carnes rojas (United States Department of Agriculture [USDA], 2023).

### La carne de cerdo en una dieta equilibrada y culturalmente diversa

La carne de cerdo, al igual que cualquier otro alimento, debe formar parte de un patrón de alimentación variado y equilibrado. Combinada con vegetales, frutas, cereales integrales y grasas saludables, contribuye a una nutrición completa.

En Japón, uno de los países con mayor esperanza de vida, el cerdo es protagonista en preparaciones tradicionales como el tonkatsu (chuleta empanizada) o en estofados bajos en grasa. En Europa, países como Alemania, España y Francia lo integran en sus dietas sin que ello comprometa la salud de su población (National Pork Board, 2022).

En regiones donde el acceso a proteína animal es limitado, la carne de cerdo se posiciona como una alternativa costo-efectiva para combatir la malnutrición, especialmente en niños, mujeres embarazadas y adultos mayores (FAO, 2023).

## Tendencias globales: innovación y nuevos consumidores

En un mundo globalizado, la carne de cerdo ha ganado protagonismo en dietas funcionales, como la keto, paleo y flexitariana, así como en propuestas de alta cocina. En países como Estados Unidos, Corea del Sur, México y Colombia, el sector porcícola se ha reinventado con cortes premium, hamburguesas bajas en grasa y productos con valor agregado (National Pork Board, 2022).

La digitalización del sector y la aplicación de inteligencia artificial en la agricultura proyectan una trazabilidad y una sostenibilidad cada vez más sólidas, lo que garantiza al consumidor un producto de alta calidad.

### Conclusión: mirar al cerdo con nuevos ojos

El cerdo ha sido subestimado durante mucho tiempo debido a mitos históricos. Sin embargo, hoy se reconoce que su carne, rica en proteínas, vitaminas y minerales, con bajo contenido de grasa y producida de manera sostenible, puede formar parte esencial de una dieta saludable (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia, 2022).

En un planeta que enfrenta crecientes desafíos alimentarios y ambientales, la carne de cerdo emerge como una proteína accesible, eficiente y versátil. Ha llegado el momento de dejar atrás prejuicios y reconocerla como un aliado estratégico para una mejor nutrición y para fortalecer la seguridad alimentaria global.

## Bibliografía

1. Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2023). Livestock Primary Dataset. Recuperado de <http://www.fao.org/faostat>
2. National Pork Board. (2022). Pork Nutritional Facts. Recuperado de <https://www.pork.org>
3. Department of Agriculture. (2023). FoodData Central: Pork, fresh, loin, cooked. Recuperado de <https://fdc.nal.usda.gov>
4. Instituto Colombiano Agropecuario - ICA. (2022). Seguri-

dad alimentaria y bioseguridad porcina en Colombia. Bogotá, Colombia.

5. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia. (2022). Panorama de la porcicultura nacional.

6. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. (2018). Tabla de composición de alimentos colombianos. Recuperado de <https://www.icbf.gov.co/nutricion/tabla-de-composicion-de-alimentos-colombianos>





Impacto en la

# SEGURIDAD ALIMENTARIA

de la carne de cerdo tecnificada

Por: *Elvira Rodríguez*  
*Nutricionista ejecutiva*  
*Porkcolombia - FNP*



La seguridad alimentaria es un concepto fundamental en nutrición, salud pública y desarrollo sostenible. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2021), se entiende como:

"La situación en la que todas las personas, en todo momento, tienen acceso físico, social y económico a alimentos suficientes, seguros y nutritivos para satisfacer sus necesidades nutricionales y preferencias alimentarias para una vida activa y saludable."





En este contexto, los procesos de tecnificación de la producción porcina en Colombia han permitido posicionar a la carne de cerdo como una solución clave para enfrentar los desafíos actuales en materia de nutrición, abastecimiento de alimentos y control sanitario.

La seguridad alimentaria significa que todas las personas tienen acceso continuo a alimentos que sean:

- 1. Suficientes (en cantidad)
- 2. Seguros (sin contaminación ni riesgo para la salud)
- 3. Nutritivos (con los nutrientes necesarios para una buena salud)
- 4. Aceptables (acorde a sus costumbres y preferencias)
- 5. Accesibles (económica y físicamente disponibles)

La producción porcina tecnificada en Colombia ofrece hoy al consumidor final las cinco claves de la seguridad alimentaria.

Pero, ¿qué significa realmente “carne de cerdo tecnificada” y cuál es su impacto en la seguridad alimentaria?

¿Qué es la carne de cerdo tecnificada?

Este modelo productivo se basa en sistemas intensivos, modernos y controlados, que incorporan tecnologías avanzadas en cada etapa del proceso: desde la genética y la alimentación, hasta la bioseguridad, el procesamiento y la distribución final. Estos sistemas están diseñados para maximizar la eficiencia productiva, reducir los riesgos sanitarios y garantizar una oferta estable y de alta calidad (FAO/OMS, 2020).

Aportes a la seguridad alimentaria

1. Abastecimiento constante y a gran escala

Uno de los principales beneficios de la producción tecnificada de carne de cerdo en Colombia es su capacidad para garantizar grandes volúmenes de producto durante todo el año. Esto contribuye a estabilizar los precios en el mercado y a mejorar el acceso a proteínas animales de alto valor biológico, especialmente en zonas urbanas con alta demanda.

2. Control sanitario y calidad del producto

La carne de cerdo producida en la actualidad se obtiene bajo estrictos controles de bioseguridad, que incluyen programas de vacunación sistemática, monitoreo constante de enfermedades y trazabilidad, entre otras medidas. Este conjunto de procedimientos, aplicados a lo largo de toda la cadena de producción, garantiza un producto seguro, higiénico y apto para el consumo de cualquier grupo etario (FAO/OMS, 2020).

3. Valor nutricional garantizado

Los cerdos criados en sistemas tecnificados reciben dietas balanceadas y controladas, lo que se traduce en productos con perfiles nutricionales más estables. La carne de cerdo es una fuente rica en proteínas de alto valor biológico, hierro hemo, zinc y vitaminas del complejo B (especialmente B1 y B12), nutrientes fundamentales para la prevención de la anemia y la malnutrición (FAO, 2021).

Además, la carne de cerdo actual aporta al consumidor final una proporción de grasa saludable; por esta razón, algunos cortes como el lomo son considerados por la Fundación Colombiana del Corazón como opciones cardioprotectoras (Fundación Colombiana del Corazón, s. f.).

Gráfica 1 Composición grasa de la carne de cerdo versus otras proteínas

| CORTE DE CARNE                   | GRASA TOTAL (G) | COLESTEROL (MG) |
|----------------------------------|-----------------|-----------------|
| Lomo cocido cerdo                | 3.2             | 41              |
| Lomo asado cerdo                 | 3.2             | 42              |
| Cortes magros cocidos res        | 5.7             | 59              |
| Carne de res lomo cocida         | 7.9             | 90              |
| Pechuga de pollo cocida sin piel | 7.4             | 75              |
| Pierna de pollo crudo con piel   | 7.4             | 83              |

Fuente: Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, tabla de composición de alimentos colombiana, TAC 2018.

Gráfica 2 Aporte nutricional de los diferentes cortes de la carne de cerdo colombiana

| NOMBRE DEL ALIMENTO DE CERDO                           | PROTEÍNA (g) | LIPIDOS (g) | GRASA SATURADA (g) | GRASA MONOINSATURADA (g) | GRASA POLIINSATURADA (g) | COLESTEROL (mg) |
|--------------------------------------------------------|--------------|-------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|
| Brazo cocido, sin sal                                  | 26,8         | 8,5         | 3,7                | 3,8                      | 1,1                      | 89              |
| Brazo, crudo                                           | 20,3         | 3,8         | 1,2                | 1,6                      | 0,7                      | 67              |
| Brazo, horneado, sin sal                               | 26,7         | 12,0        | 3,6                | 3,7                      | 1,2                      | 95              |
| Carne gorda, cruda                                     | 17,1         | 23,0        | 8                  | 9,9                      | 2,8                      | 72              |
| Carne magra, cruda                                     | 21,4         | 6,0         | 2                  | 2,6                      | 0,7                      | 60              |
| Carne muy gorda, cruda                                 | 9,3          | 53,7        | 19,5               | 24,5                     | 6,4                      | 72              |
| Carne semigorda, cruda                                 | 17,2         | 19,4        | 5,7                | 7,2                      | 2,1                      | 70              |
| Costilla, cocida sin sal                               | 29,5         | 15,6        | 7                  | 6,3                      | 2,2                      | 31              |
| Costilla, cruda                                        | 18,7         | 22,5        | 7,4                | 6,9                      | 2,5                      | 75              |
| Costilla, horneada, sin sal                            | 24,4         | 27,0        | 11                 | 13,5                     | 2,3                      | 118             |
| Hígado, crudo                                          | 21,4         | 3,7         | 1,1                | 0,5                      | 0,9                      | 301             |
| Lomo, cocido, sin sal                                  | 35,1         | 3,2         | 1,4                | 1,5                      | 0,4                      | 41              |
| Lomo, crudo                                            | 21,6         | 2,5         | 0,8                | 1                        | 0,2                      | 44              |
| Lomo, horneado, sin sal                                | 35,1         | 3,2         | 1,3                | 1,6                      | 0,4                      | 42              |
| Panceta o tocineta, cocida sin sal                     | 39,0         | 34,1        | 11,6               | 15,2                     | 5,6                      | 111             |
| Panceta o tocineta, cruda                              | 13,1         | 39,7        | 13,3               | 17,4                     | 6,5                      | 66              |
| Panceta o tocineta, salteada, sin sal                  | 22,4         | 29,4        | 8,7                | 14,2                     | 6,4                      | 79              |
| Pierna o pernil, cocida, sin sal                       | 27,1         | 4,3         | 1,7                | 2                        | 0,7                      | 105             |
| Pierna o pernil, cruda                                 | 20,5         | 5,4         | 1,9                | 2,4                      | 0,6                      | 68              |
| Pierna o pernil, horneada, sin sal                     | 29,4         | 9,4         | 3,3                | 4,5                      | 0,8                      | 94              |
| Tocino, cocido, sin sal                                | 10,4         | 78,8        | 33,1               | 32                       | 13,7                     | 25              |
| Tocino, crudo                                          | 2,9          | 85,8        | 34,6               | 35,3                     | 15,9                     | 70              |
| Tocino, frito en su propia grasa (chicharrón), con sal | 20,8         | 56,1        | 15,3               | 19,6                     | 7,9                      | 105             |
| Tocino, salteado, sin sal                              | 10,2         | 79,2        | 32,7               | 32,8                     | 13,8                     | 40              |

Tabla de composición de alimentos TAC 2018

La carne de cerdo tecnificada constituye una herramienta valiosa para fortalecer la seguridad alimentaria, especialmente en contextos donde el acceso a alimentos ricos en proteínas es limitado. Su producción controlada no solo mejora la inocuidad y la calidad del producto, sino que también facilita una distribución más equitativa y eficiente. No obstante, este modelo debe estar acompañado de una regulación estricta, transparencia en la cadena productiva y educación al consumidor, con el fin de maximizar sus beneficios y minimizar sus riesgos (FAO, 2006; FAO/OMS, 2020).

### Bibliografía

1. FAO. (2006). La seguridad alimentaria: información para la toma de decisiones. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <https://www.fao.org/3/a-aq210s.pdf>
2. FAO. (2021). El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <https://www.fao.org/publications/sofi>
3. FAO/OMS. (2020). Código de prácticas de higiene para la carne (CAC/RCP 58-2005). Codex Alimentarius, FAO/OMS. <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius>



"En el Grupo Éxito hemos definido diversas estrategias para seguir

# IMPULSANDO EL CONSUMO DE CARNE DE CERDO"

Carlos A. Toro,  
Director Carnicos del Grupo Éxito

En un mercado cada vez más competitivo y con consumidores más exigentes, la carne de cerdo colombiana ha venido ganando protagonismo gracias a su calidad, versatilidad e innovación en la forma de llegar a las mesas. En esta edición, conversamos con Carlos A. Toro, Director Carnicos del Grupo Éxito, quien comparte su visión sobre la comercialización de esta proteína, los retos que enfrenta el sector y las estrategias que desde el retail se vienen impulsando para fortalecer el consumo y apoyar a los productores nacionales.





**Revista Porkcolombia (R.P.):** Desde su experiencia, ¿cómo percibe actualmente a la carne de cerdo colombiana, su comercialización, calidad e innovación?

**Carlos A. Toro (C.T.):** La carne de cerdo colombiana, gracias a sus campañas constantes y coherentes, se percibe hoy como un producto de alta calidad, competitivo en precio y muy versátil, lo que ha permitido incrementar su consumo en los hogares durante los últimos años e impulsar su inclusión en la canasta familiar. Asimismo, la tecnificación del sector y el cumplimiento de la normatividad han favorecido la formalización de la cadena de abastecimiento, elevando de manera significativa la calidad del producto.

**(R.P.):** ¿Qué opinión tiene sobre los procesos de comercialización de carne de cerdo nacional que se ven actualmente?

**(C.T.):** Hablar de la comercialización de la carne de cerdo en Colombia implica considerar varios aspectos. En primer lugar, los proveedores de insumos para la producción como alimento, genética y fármacos, quienes tienen una gran responsabilidad en la formación de los costos y en la dinámica de la demanda. En segundo lugar, los productores primarios, que son pocos y en su mayoría integran el ciclo completo de cría, levante y ceba. Y, en tercer lugar, los intermediarios, aquellos que compran a los productores, procesan y comercializan.

En los últimos años, los intermediarios han venido creciendo gracias a la oportunidad de transformar el producto y llevarlo directamente a la mesa de los colombianos, lo que ha contribuido al aumento del consumo. Sin embargo, considero que es fundamental apoyar más a los pequeños productores primarios, acercándolos a la comercialización de cortes, promoviendo su participación en procesos de valor agregado y reduciendo el temor a invertir en ellos, de manera que puedan mejorar significativamente su rentabilidad.

Entre los temas más relevantes de la comercialización de carne de cerdo en Colombia destaco:

1. La formalización, que promueve la venta directa.
2. La estabilización de la estacionalidad de la producción primaria para reducir la variación en los costos.
3. El fomento de la sostenibilidad y la legalidad.
4. La educación comercial de los actores de la cadena.
5. El incremento de la demanda gourmet de la carne de cerdo.

**(R.P.):** ¿Por qué decidieron apostarle a la producción nacional y qué beneficios han identificado?

**(C.T.):** Desde el Grupo Éxito, y en línea con nuestro propósito superior de nutrir de oportunidades a Colombia, hemos decidido apoyar a los diferentes actores de la cadena en la comercialización de la carne de cerdo. Entre los principales beneficios de esta apuesta se destacan: el apoyo a la producción local, la generación de empleo, una logística más cercana y eficiente, mejores costos, disponibilidad del producto en todas las regiones y, finalmente, una carne de mayor calidad para el consumidor.

Entre los grandes beneficios que hemos identificado al apostarle a la carne de cerdo colombiana está, en primer lugar, la estabilidad en sus precios frente a otras proteínas, lo que la convierte en una opción accesible y confiable para los consumidores. También destacamos su crecimiento sostenido en los últimos años, reflejo de la solidez del sector.

A ello se suma la generación de empleo rural en distintas regiones del país, aportando al desarrollo local y al bienestar de miles de familias. Igualmente, el sector ha contribuido de manera decisiva a la seguridad alimentaria, garantizando productos con mayor inocuidad y calidad. Finalmente, vale resaltar una producción cada vez más tecnificada y competitiva, que fortalece la cadena y proyecta un futuro prometedor para la porcicultura nacional.

**(R.P.):** En un mercado cada vez más orientado hacia la conveniencia y los productos listos para consumir, ¿cómo está trabajando Grupo Éxito para innovar en la categoría de carne de cerdo y responder a las nuevas tendencias y hábitos del consumidor?

**(C.T.):** Nuestro gran reto es innovar en el servicio, contando con mayor presencia de personal experto, capacitado y formado, que promueva el consumo de carne de cerdo y destaque su versatilidad en la gastronomía colombiana. Además, la implementación de nuevas tecnologías de empaque a precios justos nos ha permitido atraer a más clientes jóvenes, interesados en vivir mejores experiencias y momentos alrededor de esta proteína.

**(R.P.):** Pensando en el consumidor, ¿qué estrategias considera clave para seguir potenciando el consumo de carne de cerdo en Colombia?

**(C.T.):** En el Grupo Éxito hemos definido diversas estrategias para seguir impulsando el consumo de carne de cerdo en Colombia. Una de ellas es ampliar los espacios de frío en los puntos de venta, destacando siempre la versatilidad de esta proteína a través de campañas de alto impacto como “La mejor carne del país”. También



hemos fortalecido nuestra presencia digital y en redes sociales, mostrando opciones de preparación y compra que combinan practicidad y ahorro.

De igual manera, trabajamos en una mejor segmentación de los puntos de venta, promoviendo tanto marcas regionales como nacionales, y en la educación del consumidor, ofreciendo información y acompañamiento desde el mismo lugar de compra sobre los diferentes usos y formas de preparación. A esto se suman eventos de degustación que permiten a los clientes conocer y disfrutar la variedad de cortes, así como descuentos y beneficios que facilitan el acceso a la categoría.

Finalmente, mantenemos un seguimiento cercano y un acompañamiento permanente a los actores de la cadena de abastecimiento, con un enfoque sostenible y competitivo que fortalece a los productores colombianos y garantiza la confianza de nuestros consumidores.

**(R.P.): ¿Cómo visualiza el futuro del mercado de carne de cerdo y el papel de Grupo Éxito en el crecimiento de esta categoría?**

**(C.T.):** Desde Grupo Éxito visualizamos un mayor consumo de carne de cerdo, acompañado de un crecimiento en el consumo per cápita en Colombia, una mayor formalización del sector y, finalmente, un desarrollo sostenible y rentable para la porcicultura nacional.

**(R.P.): Finalmente y desde su punto de vista, ¿qué consejos le daría a los poricultores y comercializadores de carne de cerdo en Colombia?**

**(C.T.):** Mis recomendaciones para los poricultores serían conocer mejor el mercado y las dinámicas del consumo de carne de cerdo, impulsar el desarrollo de las regiones a través de la tecnificación, y apostar por la diferenciación y el valor agregado. También es fundamental construir relaciones comerciales sólidas y estables, optimizar la logística, acompañar al consumidor y fortalecer las estrategias de mercadeo. Finalmente, considero clave formar más personal especializado en la venta de carne de cerdo, con un enfoque gastronómico que complemente el productivo.

**(R.P.): Actualmente, ¿por qué manejan carne de cerdo importada? ¿Estarían dispuestos a reducir la compra de este tipo de carne y, de ser así, qué necesitarían para lograrlo?**

**(C.T.):** En el Grupo Éxito manejamos carnes de cerdo importadas debido a la no disponibilidad de ciertos productos en Colombia, principalmente por la falta de tecnologías para producirlos y por la necesidad de promover un mayor consumo de esta proteína.

La reducción en la compra de carne importada dependerá de que exista oferta local de estos cortes y de que el sector logre mayor competitividad, ya que nuestro propósito es ofrecer siempre un producto de valor y al alcance de los consumidores colombianos. Para ello, es necesario que los productores nacionales puedan desarrollar y disponer estos cortes para su comercialización.

**(R.P.): Desde su perspectiva, ¿cuáles son los principales retos que enfrenta la comercialización de carne de cerdo colombiana y cómo considera que se podrían contrarrestar?**

**(C.T.):** Entre los principales retos que enfrenta hoy la comercialización de la carne de cerdo en Colombia se encuentran la optimización de los costos de las materias primas como la alimentación, la genética y los medicamentos, así como las limitaciones en la logística refrigerada, una infraestructura vial poco desarrollada y los extensos tiempos de distribución. A esto se suma la persistencia de sacrificios clandestinos, realizados sin la visibilidad ni las condiciones adecuadas en plantas autorizadas, lo que afecta la formalidad y la confianza en el producto.

Otro desafío importante es el poco aprovechamiento de canales estratégicos como HORECA y el comercio digital, junto con la falta de visión en muchas estrategias comerciales, que todavía se perciben como un gasto y no como una inversión que, bien gestionada, se traduce en mayor consumo. Finalmente, uno de los puntos críticos es la desconexión entre los actores de la cadena, que en muchas ocasiones trabajan de manera aislada en lugar de avanzar bajo una estrategia común.

Superar estos retos requiere trabajo gremial más que individual, fortaleciendo la articulación de la cadena y priorizando los canales de distribución y comercialización con un enfoque moderno, sostenible y competitivo.

“Entre los grandes beneficios que hemos identificado al apostarle a la carne de cerdo colombiana está, en primer lugar, la estabilidad en sus precios frente a otras proteínas, lo que la convierte en una opción accesible y confiable para los consumidores.”



# EL CERDO SE REINVENTA:

Diversificación de cortes de carne de cerdo para fortalecer su comercialización en un mercado competitivo

Por: *Adrian Camilo Triana*  
*Coordinador de tendencias globales*  
*Porkcolombia - FNP*



## 1. Contexto

El sector porcicultor colombiano enfrenta una oportunidad única: diversificar cortes de carne de cerdo 100 % colombiana y crear productos con valor agregado que respondan a las tendencias de consumo.

La carne de cerdo ya no es solo chicharrón, lomo y costillas: es versatilidad culinaria para restaurantes, retail y hogares.



## 2. Beneficios de la diversificación

### Mayor rentabilidad

Aprovechar cortes poco explorados aumenta el valor de la canal y reduce la presión sobre los tradicionales.

### Sustitución estratégica

Cortes innovadores pueden reemplazar preparaciones de res sin perder calidad, sabor y nutrición.

### Valor nutricional

Proteína de alta calidad, bajo en grasa y excelente relación costo-beneficio.

### Nuevas experiencias gastronómicas

Variedad e innovación que responden a lo que buscan los consumidores.

## 3. ¿Qué son cortes primarios y secundarios?

**Cortes primarios:** provienen directamente de la canal y constituyen las secciones principales, como pierna, lomo, brazo y el costillar.

**Cortes secundarios:** resultan del desposte de los cortes primarios y permiten mayor especialización y valor agregado, como bondiola, solomito, filetes o milanesas de pierna, costillas, entre otros.

## 4. Oportunidades para la industria porcícola

- Ampliar el portafolio para diferentes segmentos (retail, HORECA, industria).
- Desarrollar estrategias comerciales diferenciadas.
- Generar mayor valor por kilo de canal.
- Posicionar al cerdo colombiano como versátil, innovador y premium.

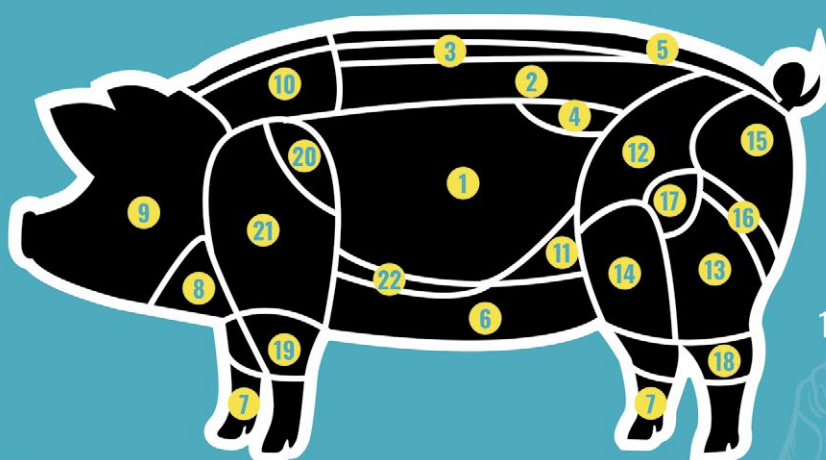
## 5. El cerdo colombiano: más allá de lo tradicional

Es momento de romper paradigmas. La carne de cerdo 100 % colombiana es moderna, diversa y competitiva frente a cualquier proteína.

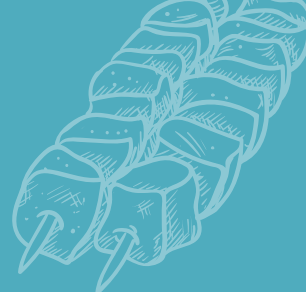
## Conoce las principales presentaciones de Carne de Cerdo Colombiana

COME MÁS CARNE  
**DE CERDO  
COLOMBIANA**  
LA DE TODOS LOS DÍAS

1. Costilla
2. Lomo
3. Tocino cinta
4. Solomito
5. Espinazo y cola
6. Tocino barrigero
7. Pezuñas
8. Papada
9. Cabeza
10. Cabeza de lomo/cañón
11. Sobrebarriga de cerdo

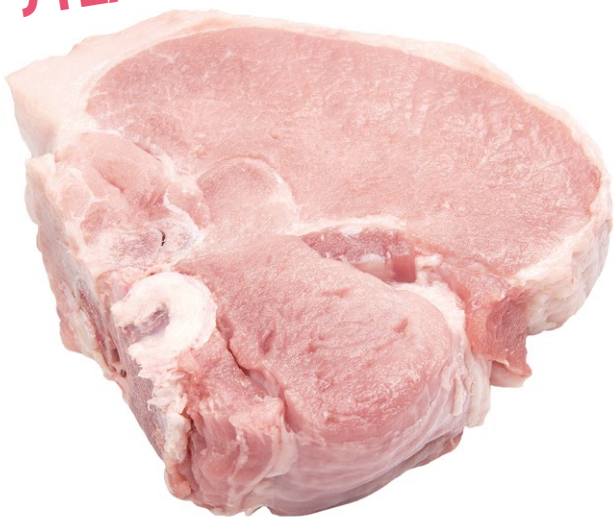


12. Cadera de pierna
13. Bota de pierna
14. Bola de pierna
15. Centro de pierna
16. Muchacho de pierna
17. Punta de anca
18. Codito de pierna/osobuco
19. Codito de brazo/osobuco
20. Bola de brazo
21. Carne de brazo
22. Entraña



Desde *Porkcolombia - FNP*, se impulsa la visibilización de cortes alternativos que muestran su potencial en sabor, presentación y nutrición.

## PORTERHOUSE STEAK DE CERDO



## T-BONE STEAK



## PALETÍN DE CERDO

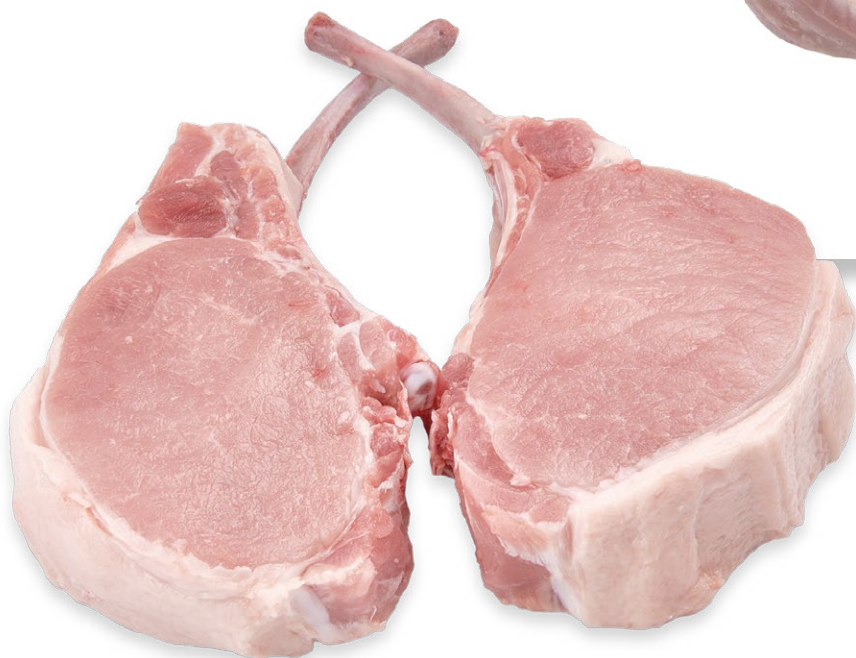




**PIG WINGS**



**BOMBÓN  
DE CERDO**



**TOMAHAWK  
DE CERDO**



# PorciData:

la nueva herramienta para maximizar rendimientos y reducir mermas.

Por: **Adrian Camilo Triana**  
Coordinador de tendencias globales  
Porkcolombia - FNP

## Contexto

La comercialización porcícola cambia constantemente.

1

Para ser más efectivos, rentables y sostenibles se necesita decidir con datos.

## ¿Qué es PorciData?

2

►► Un Excel interactivo que combina tecnología + gestión de datos para:

- Identificar y reducir mermas en la cadena.
- Optimizar el uso de cada corte.
- Abrir nuevas oportunidades de rentabilidad.
- Diseñada tanto para productores que inician como para comercializadores con experiencia.

|     |       |     |       |     |       |
|-----|-------|-----|-------|-----|-------|
| IRB | 2.29% | COZ | 2.48% | ZOL | 4.90% |
| WUN | 1.97% | IVV | 4.43% | JIP | 2.28% |
| WUN | 1.97% | BOV | 3.28% | WUN | 1.97% |
| WUN | 1.97% | ANU | 2.44% | BOL | 4.39% |
| WUN | 1.97% | UCW | 2.32% | FIL | 1.65% |
| WUN | 1.97% | YBU | 2.82% | RUT | 1.99% |
| WUN | 1.97% | LCE | 0.94% | KTN | 0.94% |
| WUN | 1.97% | OPW | 2.09% | ARN | 0.09% |
| WUN | 1.97% | XEN | 1.22% | KIK | 7.37% |
| WUN | 1.97% | PLD | 2.67% | STP | 5.94% |
| WUN | 1.97% | CLY | 3.35% | OWL | 0.35% |
| WUN | 1.97% | PZC | 2.93% | SPA | 1.34% |
| WUN | 1.97% | LSY | 1.24% | HUV | 2.55% |
| WUN | 1.97% | ARK | 0.43% | COZ | 4.20% |
| WUN | 1.97% | PMT | 2.66% | XAM | 2.66% |
| WUN | 1.97% | OWN | 3.20% | PAL | 3.20% |
| WUN | 1.97% | ZEP | 3.87% | FIE | 3.87% |
| WUN | 1.97% | OUC | 7.48% | YOB | 7.48% |
| WUN | 1.97% | KAL | 3.75% | KEB | 1.22% |
| WUN | 1.97% | PIT | 1.99% | PIV | 2.47% |
| WUN | 1.97% | SEQ | 4.06% | MUR | 6.06% |
| WUN | 1.97% | LKM | 2.37% | BUL | 3.79% |
| WUN | 1.97% | ISC | 5.29% | ENK | 1.06% |
| WUN | 1.97% | TOR | 3.53% | UVI | 4.23% |
| WUN | 1.97% | VOX | 1.25% | LDD | 3.99% |
| WUN | 1.97% | NES | 3.83% | ROB | 2.36% |
| WUN | 1.97% | PWN | 2.50% | KMT | 1.22% |
| WUN | 1.97% | HTB | 1.34% | TMT | 7.34% |
| WUN | 1.97% | QKT | 3.08% | PCE | 1.07% |
| WUN | 1.97% | SLT | 2.83% | YOV | 4.97% |
| WUN | 1.97% | BQR | 3.09% | TEK | 3.56% |
| WUN | 1.97% | OCY | 2.55% | VAR | 0.33% |
| WUN | 1.97% | TPP | 2.53% | KFM | 2.82% |
| WUN | 1.97% | VIE | 4.83% | SEW | 2.94% |
| WUN | 1.97% | SUO | 2.34% | MVB | 1.59% |
| WUN | 1.97% | API | 1.97% | SOR | 5.22% |



3

## ¿Por qué es importante para el sector?

- 
1. Estandariza rendimientos y mermas.
  2. Genera transparencia entre productores y comercializadores.
  3. Permite simular precios, oferta y demanda.
  4. Impulsa la competitividad con portafolios rentables y estrategias nose-to-tail.



## Aplicabilidad

4

### ►► Útil en decisiones de:

#### Compra/venta

- Negociación por rendimiento, no solo por peso vivo.

### ►► Beneficio

- Estimar mermas en cada etapa.

#### Portafolio

- Mix de cortes, gramajes, presentaciones y destinos.

### ►► Costeo

- Preliminar precios y márgenes por corte y canal.



## Beneficios

5

### ►► Económicos

- Mejores márgenes con menos mermas.
- Menor fuga de valor.
- Precios más inteligentes.

### ►► Comerciales

- Negociaciones con evidencia.
- Portafolios diferenciados (retail y HORECA).
- Propuestas con proyección de margen para clientes.

### ►► Estratégicos

- Planeación con escenarios (oferta, demanda, promociones).

## ¿Qué ofrece la herramienta?

6

### ►► Ingreso de datos mínimos:

- Peso en pie.
- % rendimiento canal.
- % mermas por etapa.
- Costo por cortes.

### ►► Cálculo automático de:

- Rendimiento por corte.
- Valorización por kg.
- Márgenes por cliente.

## ¿Cómo obtener la herramienta y recibir asesoría?

7

Para acceder a la herramienta y recibir acompañamiento en su uso, los interesados pueden comunicarse directamente con el área de Comercialización de Porkcolombia:

►► Correo: [actriana@porkcolombia.co](mailto:actriana@porkcolombia.co)

La comercialización de carne de cerdo exige precisión, información y visión estratégica. Esta herramienta de *Porkcolombia - FNP* es más que un archivo en Excel:

Es una oportunidad para transformar la manera en que se produce, procesa y comercializa la carne de cerdo en Colombia.



Entrepanes:

# INNOVACIÓN, SABOR Y ESTRATEGIA

para fortalecer la comercialización  
de la carne de cerdo colombiana





Con el objetivo de continuar fortaleciendo la estrategia de comercialización, *Porkcolombia* fue partícipe del evento Entrepanes, un espacio diseñado para resaltar la versatilidad y calidad del cerdo colombiano a través de preparaciones innovadoras y de alto consumo como hamburguesas y sándwiches.

Durante la jornada se llevaron a cabo pruebas con diferentes opciones de carne molida de cerdo, lo que permitió explorar nuevas alternativas para el mercado y diversificar la oferta en formatos de gran rotación. Esta iniciativa se articuló con la estrategia institucional de consolidar la presencia del cerdo en el canal HORECA y en puntos de venta estratégicos.

De acuerdo con Lina María Zambrano Villate, jefe de comercialización de *Porkcolombia*: *“El objetivo principal fue posicionar la carne de cerdo colombiano como una proteína versátil y de calidad, mostrando alternativas de consumo que se adapten a la vida urbana. Queremos que esté presente en el día a día de los consumidores”*

#### Alianzas estratégicas que fortalecen al sector

Detrás de este evento no solo hubo recetas irresistibles, sino también una red de aliados estratégicos que aportaron su experiencia en logística, promoción y difusión. Gracias a ellos, Entrepanes logró un mayor alcance y se convirtió en una vitrina donde productores, chefs y comercializadores pudieron encontrarse alrededor de una misma idea: hacer del cerdo colombiano la proteína favorita de los colombianos.

*“Los aliados son fundamentales para crear una red colaborativa que amplifica el impacto de nuestras campañas y facilita que el cerdo colombiano llegue a más mesas y a más menús”,* destacó Zambrano.



## Innovación aplicada a la gastronomía

Uno de los elementos diferenciales de Entrepanes fue la apuesta por la innovación. A lo largo del evento se realizaron pruebas con diferentes opciones de carne molida de cerdo, explorando formatos pensados para cadenas de comida rápida y restaurantes urbanos. También se presentaron cortes poco tradicionales con el fin de evidenciar su potencial gastronómico.

*“La innovación es un pilar de nuestra estrategia de comercialización. En Entrepanes logramos mostrar la creatividad de los chefs y la adaptabilidad del cerdo colombiano a tendencias de consumo modernas y prácticas”,* explicó la jefe de comercialización y nuevos negocios de **Porkcolombia**.

Además de impulsar el consumo, este tipo de experiencias fortalecen la relación con distribuidores y comercializadores, quienes durante el evento pudieron acceder a capacitaciones, degustaciones y tendencias de mercado. Esto abre la puerta a ampliar portafolios, diversificar cortes y generar nuevas oportunidades de negocio.

Según Zambrano, *“Entrepanes evidencia que el cerdo colombiano no solo es tradición, también es modernidad y tendencia. Al vincularlo con experiencias culinarias innovadoras, estamos generando valor agregado para toda la cadena porcícola, desde el productor hasta el consumidor final”*.



## Impulso al consumo de la carne de cerdo colombiana

Los resultados esperados tras este evento son claros: mayor recordación de marca, incremento en la demanda de cortes nacionales, fortalecimiento de la confianza en la proteína local y un estímulo al consumo cotidiano de carne de cerdo.

*“Queremos que el consumidor perciba nuestra proteína como confiable, innovadora y cercana. Con Entrepanes demostramos que el cerdo colombiano puede estar en la mesa de los colombianos todos los días, en preparaciones rápidas, prácticas y llenas de sabor”,* concluyó Lina María Zambrano.

Con Entrepanes, **Porkcolombia** no solo impulsa la innovación gastronómica, sino que también fortalece la relación con distribuidores, comercializadores y aliados estratégicos, generando valor agregado para toda la cadena porcícola.

Este tipo de espacios permiten posicionar la carne de cerdo como una proteína moderna, confiable y adaptable a las tendencias actuales de consumo, reafirmando el compromiso gremial con la promoción, diversificación y crecimiento sostenible del sector en el país.



# ALIANZA PORKCOLOMBIA Y COTELCO:

alianza estratégica  
con la gastronomía  
hotelera nacional

Por: Lina María Zambrano Villate  
Jefe de comercialización  
y nuevos negocios  
*Porkcolombia - FNP*



El pasado 15 de julio, en el marco de Agroexpo y con Corferias como escenario, se realizó la Rueda de Negocios del sector porcicultor, un espacio que se consolidó como punto de encuentro estratégico entre la industria hotelera y los comercializadores de carne de cerdo nacional.

La jornada reunió a 10 hoteles de diferentes regiones del país y a 28 comercializadores, quienes sostuvieron más de 116 reuniones de negocios en un ambiente dinámico y colaborativo, diseñado para fortalecer la relación entre ambos sectores. Durante los encuentros, los proveedores presentaron su portafolio de productos, programaron visitas posteriores para la revisión de muestras y compartieron información clave para la toma de decisiones comerciales.

### Resultados e impacto

El interés del sector hotelero fue evidente: se recibieron 50 inscripciones de hoteles de todo el país interesados en participar. Con base en esta dinámica, se proyecta una movilización mensual de 247 toneladas de carne de cerdo en este canal, de las cuales solo 9 toneladas corresponden a carne importada (3,81 % del total).

**Hoteles 10**

**Comercializadores 28**

**Reuniones 116**

**Proyección 247**

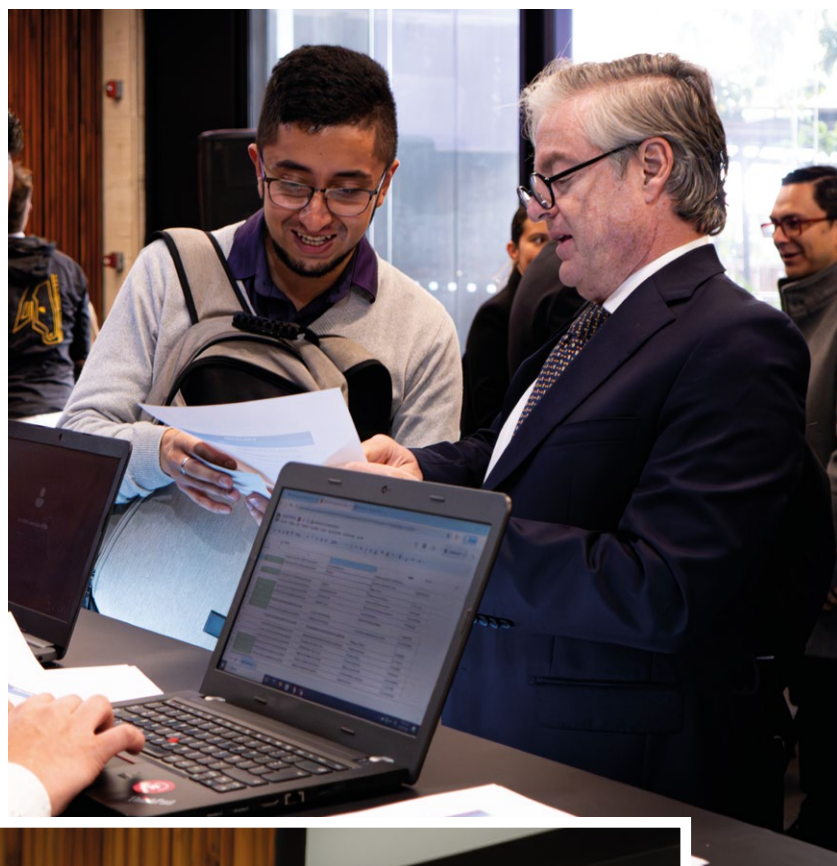
movilización mensual

Toneladas

Además, se concretaron acercamientos estratégicos que abren nuevas oportunidades de negocio en el canal HORECA. Los hoteles participantes pudieron evaluar la oferta de carne de cerdo colombiano, identificando productos que se ajustan a sus necesidades y expectativas, mientras que los comercializadores encontraron un espacio ideal para visibilizar su portafolio y generar contactos de alto valor. La rueda también permitió cerrar acuerdos que impulsarán la inclusión de nuevos cortes de cerdo en los menús hoteleros, con la participación de comercializadores provenientes de Bogotá, Sabaneta, Armenia y Medellín.

### Un espacio que abre puertas

Este escenario se consolidó como un mecanismo efectivo para la generación de contactos comerciales, la construcción de relaciones de confianza y el posicionamiento de la carne de cerdo colombiana como una alternativa de calidad, versátil y sostenible para el sector hotelero.



Destacado



# Mujeres de campo y coraje

la fuerza  
que sostiene  
la porcicultura  
en Colombia

Por: Marizol Gómez  
Asesora de comunicaciones  
Porkcolombia - FNP



Las primeras luces del día apenas se asoman en algunas montañas de Colombia y ya hay pasos firmes recorriendo las granjas. En el silencio del amanecer, entre el canto de los gallos, pájaros y los sonidos de los corrales, se escuchan las voces de mujeres que, con disciplina y amor, han hecho de la porcicultura su forma de vida. Ellas son hijas, esposas, madres y trabajadoras que, entre el cuidado, el alimento y los partos, sostienen con sus manos la fuerza de una industria que alimenta al país.

Aunque las cifras globales aún hablan de brechas, las mujeres han sabido abrirse camino en el campo. En Colombia, apenas el 40 % de la fuerza laboral agrícola corresponde a mujeres y menos de un tercio tiene acceso a la tierra en propiedad (La Vía Campesina, 2025)<sup>1</sup>.

Según datos para 2019, solo el 6,1 % de las mujeres empleadas trabajaba en agricultura, frente al 21,6 % de los hombres, una diferencia de 15,4 puntos porcentuales (Trujillo-Díaz et al., 2024)<sup>2</sup>.

Sin embargo, a nivel mundial su huella es clara: más de 61.000 mujeres trabajan directamente en diferentes eslabones de la cadena productiva, lo que representa el 43 % del total de la mano de obra. De ellas, cerca de 29.000 están en las granjas, otras 1.035 en asociaciones y cooperativas, y más de 31.000 en la industria de transformación (Valencia Peña, 2023)<sup>3</sup>. No son cifras menores: cada número cuenta una historia, y detrás de esos porcentajes hay rostros que hablan de lucha, pasión y entrega.

### Un homenaje en el día de la mujer rural

El Día Internacional de la Mujer Rural se conmemora cada 15 de octubre, establecido por las Naciones Unidas para reconocer su contribución al desarrollo agrícola, la seguridad alimentaria y la erradicación de la pobreza rural, así como su papel en la conservación de la biodiversidad y la resiliencia climática. A propósito de esta fecha, *Porkcolombia - FNP* rinde homenaje a todas ellas: a las que heredaron la tradición de sus abuelas, a las que regresaron de la ciudad para reencontrarse con el campo, a las que descubrieron que su vocación estaba entre corrales y partos. Son mujeres que, con berraquera y ternura, han hecho de la porcicultura un espacio de vida y futuro.

Porque, aunque las estadísticas aún las muestren como minoría, la verdad es que su trabajo es visible, determinante e imprescindible, y sin ellas, la historia de la porcicultura en Colombia no sería la misma.

### Un legado de tres generaciones en la porcicultura del norte de Antioquia



Eliana  
García Henao

Cuando Eliana García Henao se presenta, lo hace con la sencillez de quien lleva toda una vida entre animales y campos verdes: “Soy del norte de Antioquia, de San Pedro de los Milagros, Entre Ríos y Santa Rosa de Osos”. A los 16 años, recién salida del colegio, ya estaba dedicada de lleno a la porcicultura. Hoy, con 37 años, puede decir que su historia es también la de su abuela, sus tíos y su hija. Una cadena de tres generaciones unidas por la misma pasión: los cerdos.

Su abuela, que hoy tiene 89 años, comenzó con una o dos cerditas, luego cinco, diez, veinte... hasta que el negocio pasó a sus tíos, quienes llegaron a manejar más de 200 hembras. Eliana se sumó poco a poco, con la disciplina de quien entiende que un legado no se hereda a medias. Ahora lidera la Granja El Yarumo, un proyecto familiar con ciclo completo que opera en tres municipios y que da empleo a unas diez familias. “Más que una empresa, es un equipo, y sin ellos nada de esto sería posible”, asegura.



## Una vida entre familia y granja

Casada y madre de una joven de 15 años, Eliana divide sus días entre los partos de las cerdas, la inseminación, las cuentas, la capacitación del personal, la construcción, la nutrición, la portería y hasta el manejo del camión. “Aquí toca hacer de todo, porque solo quien aprende en la práctica puede luego enseñar”.

Su hija suele acompañarla en los partos y, con orgullo, Eliana ve cómo esa nueva generación también se contagia del amor por los animales. “Ella disfruta ayudar con la banda de partos, y me emociona ver que entiende el valor de este trabajo”.

## Estudiar para enseñar

Aunque sus primeros pasos fueron empíricos, pronto entendió que no bastaba con la experiencia. Estudió Administración de Empresas Pecuarias con énfasis en porcicultura y ha completado decenas de cursos en el SENA. “Donde me inviten, allá voy. Me conecto, aprendo y participo, porque siempre hay algo nuevo por aprender”.

Ese conocimiento le ha permitido ganarse el respeto dentro de un gremio donde las granjas grandes suelen superar las 700 hembras, mientras ella maneja 250. Pero lejos de sentirse en desventaja, ha encontrado solidaridad: “Aquí en el norte somos un grupo de poricultores muy unidos. Si tengo un problema, los llamo, y viceversa. Ese compañerismo es impresionante”.

## La pasión y los retos

Cuando habla de lo que la apasiona, no duda: “Todo, absolutamente todo. Desde preparar un semen hasta ver el proceso en planta de beneficio”. Incluso ha ido a carnicerías a comprar carne de sus propios cerdos, convencida de que cada etapa es parte de un mismo ciclo de responsabilidad.

También ha tenido momentos difíciles. El más grande, convivir con el PRRS (Síndrome Reproductivo y Respiratorio Porcino) después de duras pérdidas. Pero lo que más rescata no es haberlo superado, sino la forma como su equipo se mantuvo unido. “El compañerismo ha sido mi mayor logro. Aquí nadie trabaja solo”.

Eliana vive prácticamente conectada a su granja. No hay domingos ni festivos: puede estar en un paseo familiar y, al mismo tiempo, revisando las más de 40 cámaras instaladas en los galpones. “No lo hago por desconfianza ni por lo económico, sino porque los cerdos son como mis hijitos. Quiero asegurarme de que estén bien”.

## El aporte de las mujeres

Con más de 20 años de experiencia, Eliana ha visto cómo la participación femenina ha ido en aumento. “Las mujeres que llevamos tiempo hemos pasado por muchas dificultades, pero seguimos de pie. Ahora hay jóvenes que están llegando con conocimiento y ganas, y eso es muy positivo”.

Está convencida de que las mujeres aportan algo esencial: “El amor y el cuidado. Nos preocupamos por atender los partos, alimentar al lechón que no tiene leche, buscar lámparas especiales. Tratamos a los animales como si fueran hijos”.

Eliana sueña con motivar a más mujeres a involucrarse en el sector, aunque sabe que es cuestión de gustos: “Algunas piensan que los cerdos huelen mal o son difíciles de manejar, pero quienes lo disfrutan se apasionan”. También sueña con que su hija continúe el legado, como ya lo hizo ella con su abuela y sus tíos.

Para ella, el futuro de la porcicultura con más mujeres es prometedor: “Quizá no tengamos la fuerza de los hombres, pero sí tenemos el amor, el cuidado y la dedicación. Eso hace la diferencia”.

Y cuando se le pide resumir su vida en una frase, no duda: “Ser mujer poricultora es compañerismo, y si hay compañerismo, todo lo demás llega”.

“Aunque sus primeros pasos fueron empíricos, pronto entendió que no bastaba con la experiencia. Estudió Administración de Empresas Pecuarias con énfasis en porcicultura y ha completado decenas de cursos en el SENA. “Donde me inviten, allá voy. Me conecto, aprendo y participo, porque siempre hay algo nuevo por aprender”



## Del escritorio a la granja: la historia de una mujer que encontró en la porcicultura su lugar en el mundo

A veces la vida da giros inesperados que terminan acercándonos a lo que realmente soñamos. Esa es la historia de Daniela Munera, una mujer de 32 años, oriunda de San Pedro de los Milagros, Antioquia, que un día decidió dejar atrás la comodidad de una oficina en Medellín para volver a su pueblo y apostar por algo completamente nuevo: la porcicultura.

Ella se describe como alguien profundamente orgullosa de sus raíces: “Yo siempre he dicho que me encanta ser de un pueblo. Es otra forma de ser, una manera distinta de vivir la vida, y me siento muy orgullosa de eso”. No tiene hijos y, aunque no está casada, comparte su vida con su pareja —también porcicultor— a quien llama entre risas su “roommate”.

Su historia no empezó como la de tantas familias que llevan generaciones en el sector. Ella es ingeniera ambiental de profesión y trabajaba en Medellín en un proyecto social soñado, pero con una rutina agotadora: tres horas de transporte diario más siete de trabajo. “Aunque compré carro buscando independencia, no me daba abasto”, recuerda. Hasta que un día la vida le puso la oportunidad: la liquidaron y con ese dinero tomó una decisión que le cambiaría el rumbo. “¿En qué me gasto esta liquidación?”, me pregunté. Y decidí invertirla en porcicultura, hace ya unos cinco años. Mi pareja estaba incursionando en el sector y yo le dije: ‘metámosle a esto’.

### Los primeros pasos

El inicio fue con lo único que tenía: la liquidación. Con una mezcla de risa lo recuerda: “Aún me la acababan de pagar y le dije a mi pareja: aquí está, nunca me devolviste la inversión. Y así arranqué en un campo completamente nuevo para mí”.

Pronto entendió que la porcicultura era mucho más que un negocio: era un mundo exigente, de aprendizaje constante y retos que parecían enormes. “Yo no soy veterinaria y me tocó enfrentar muchos miedos. Recuerdo que pensaba: ¿será que soy capaz de atender un parto? Y ya lo he hecho. Ha sido un camino de superar miedos y descubrir que uno puede más de lo que cree”.

### La granja hoy

Hoy, cinco años después, es dueña del 50 % de una granja de ciclo completo con 80 hembras. “Aunque en broma digo que yo soy el 51 % y mi pareja el 49 % para tomar decisiones”, comenta entre risas.

# Daniela Munera



Su rol está en la parte administrativa y financiera: pagos, cuentas, pedidos y organización. Su pareja, veterinario, se encarga de la parte clínica. Una dupla que ha sabido equilibrar lo técnico con lo administrativo para sostener un proyecto que, aunque pequeño en escala, se ha consolidado con seriedad.

Cuando se le pregunta qué la apasiona de la porcicultura, no duda: “Que siempre hay que resolver. Es un sector complejo, pero genera empleo y produce carne, y eso me parece muy importante”.

Su mirada va más allá del presente. Sueña con que la carne de su granja llegue algún día a los supermercados, empaçada y con marca propia. “Queremos que la gente pueda encontrarla y reconocerla por su calidad”.

Y no es casualidad: San Pedro de los Milagros es el sexto municipio en producción de carne de cerdo en Antioquia. “Eso demuestra que es un renglón económico fuerte, y lo más bonito es que el empleo que genera es especializado: no cualquiera puede ser operario porcícola, se necesita formación”.

### Los retos de ser mujer en el sector

Su camino, sin embargo, no ha estado libre de obstáculos. “El primer reto fue el reconocimiento como dueña. Aunque soy el 50 % de la granja, culturalmente cuesta que te vean como la jefa. En juntas o asambleas predominan los hombres”.

Sabe que las mujeres siempre han estado presentes, muchas veces desde las abuelas que cuidaban granjas, pero no han sido visibilizadas. Y siente que a las mujeres se les exige más preparación: “Un hombre compra cerdos y ya es porcicultor. A nosotras nos toca capacitarnos mucho más para que no nos cuestionen. Yo he sentido varias veces como si me pusieran a prueba para ver si de verdad sé”.

Además, está el tema de la autoridad. “Muchas veces me toca reafirmar que soy yo la que toma decisiones, mientras a mi pareja no le toca explicarlo. No es mala intención, es cultural, pero es algo que tenemos que transformar”.



### Los sueños que la impulsan

Cuando habla de sus sueños, sus palabras se llenan de determinación:

- Generar empleo de calidad. “No se trata solo de que la gente trabaje, sino de que tenga buenas condiciones, que crezca y se forme. Si no vas a pagar bien, no montes empresa, decía un profesor. Y eso lo tengo grabado”.
- Llegar al consumidor final. Sueña con que su carne llegue al mercado con marca propia, compitiendo con los grandes.
- Ser sostenibles ambientalmente. Como ingeniera ambiental, le apasiona la economía circular: “Tenemos un biodigestor que produce gas y queremos llegar a producir en seco, reducir agua y residuos. Que el consumidor diga: esta carne se produjo con las mejores prácticas ambientales”.
- Visibilizar a las mujeres. “Quiero ver más mujeres en juntas, en gremios, como titulares y no solo acompañantes. Somos muchas y merecemos esa visibilidad”.

### Una vida entre el campo y los sueños

Hoy, a sus 32 años, recuerda con orgullo el giro que dio su vida: de la gestión de residuos en Medellín a la producción porcícola en su pueblo. “Me siento feliz de estar aquí, construyendo empresa y generando oportunidades”.

Su historia es la de muchas mujeres que, con determinación y amor por el campo, están transformando la porcicultura en Colombia. Mujeres que, entre botas de caucho, partos y cuentas por pagar, demuestran que el futuro del sector también se escribe con su nombre.

“Su mirada va más allá del presente. Sueña con que la carne de su granja llegue algún día a los supermercados, empacada y con marca propia. “Queremos que la gente pueda encontrarla y reconocerla por su calidad”

*Yudy Andrea Franco*



### Una vida marcada por el campo y la berraquera de la porcicultura

En Betania, Antioquia, nació Yudy Andrea Franco García, pero desde que tenía apenas ocho meses su vida transcurrió en San Antonio de Prado, un lugar que, como ella dice, la vio crecer y la formó en el amor por el campo. “Mi papá siempre trabajó en fincas, y desde pequeña tuve ese contacto con los animales. Yo creo que de ahí nació todo: mi interés por el agro y por esta vida que hoy me define”, recuerda.

Yudy Andrea tiene 36 años, está casada hace 6 años, es madre de un joven de 18 años y actualmente vive en Santo Domingo, Antioquia, donde administra una granja porcícola de ciclo completo. “Toda mi vida ha girado en torno al campo y los animales, y no me imagino un futuro diferente”.

### De un sueño frustrado a una vocación descubierta

Su sueño siempre fue ser veterinaria, pero la vida le mostró otro camino. Hoy es tecnóloga en producción agropecuaria y también en administración de empresas agropecuarias, además de haber fortalecido su conocimiento con cursos del aula virtual de *Porkcolombia*.



Ese deseo de aprender la llevó a asumir la porcicultura como una vocación más que como un trabajo. “Desde que tenía cinco años ya ayudaba a mi papá a lavar corrales. Y desde entonces lo supe: nací para esto. No me da pereza madrugar, trasnochar o trabajar un domingo, porque estar pendiente de los animales me hace feliz”.

### Una rutina que no conoce de descansos

La granja que hoy administra es nueva, y por eso sus jornadas son extensas. “Trabajo prácticamente todos los fines de semana porque requiere acompañamiento técnico. Prefiero estar presente hasta que los operarios estén completamente capacitados y todo más organizado. Ya después vendrán los días de descanso”, cuenta.

Su camino en el sector comenzó hace una década. Inició como operaria en una granja de Cantabria, Antioquia, donde estuvo dos años, y gracias a su disciplina ascendió a coordinadora. Desde entonces no ha parado de crecer. Hoy, como administradora, no solo se encarga de la parte administrativa —personal, nómina, cuentas—, sino que también se arremanga para asumir labores operativas: insemina cerdas, atiende partos, revisa la alimentación, planifica la sanidad y lidera procesos de vacunación. “Hago de todo”, dice con orgullo.

### Entre retos y pasiones

Hablar de lo que más disfruta la emociona: los partos, los lechoncitos, ver crecer a los animales y alcanzar metas como destetes de seis kilos con tres crías por hembra. “A veces me siento solo a mirarlos, porque me encantan los cerdos”.

Pero también ha enfrentado momentos duros. “Una vez tuvimos un rebrote de PRRS. Encontré un galpón con 20 o 30 lechones caídos. Fue devastador, pensé: ‘¿qué voy a hacer?’ Al aplicar los procedimientos correctos, de 70 u 80 animales solo se murieron tres. Eso me marcó, porque entendí que lo que uno hace, cuando se hace bien, funciona”. Abrirse camino en un mundo de hombres

El inicio no fue fácil. “Cuando me ascendieron a coordinadora, muchos se preguntaban: ‘¿por qué una mujer?’ Incluso un empleador me dijo que no quería mujeres en granja. Yo le pedí la oportunidad y le aseguré que era capaz. Y al final se convenció: los resultados hablan por uno, las granjas hablan por uno”.

Yudy Andrea está convencida de que las mujeres aportan algo único al sector: disciplina, pasión, amor y delicadeza. “Dicen que no podemos con trabajos pesados, pero sí somos capaces. Quizás no tenemos la misma fuerza, pero sí más orden, dedicación y ese toque maternal en el cuidado de los animales”.

### Sueños y futuro

Sus sueños combinan lo profesional y lo personal. Anhela certificar en bioseguridad la granja que hoy lidera, hacerla más productiva y, por qué no, que algún día sea reconocida con premios. En lo personal, sueña junto a su esposo con tener su propia granja: “Así sea pequeña, de cinco madres, pero nuestra. Ambos tenemos el conocimiento y la disciplina, y con la ayuda de Dios lo lograremos”.

### Un mensaje para las nuevas generaciones

Cuando se le pregunta qué consejo daría a las mujeres jóvenes que sueñan con entrar al sector, no lo duda: “Que estudien mucho, pero que también se metan a la práctica. Uno aprende haciendo. Para mí, ser mujer porcicultora es berraquera. Para entrar a una granja dominada por hombres hay que tener los pantalones muy bien puestos”.

### La fuerza de la unión

Su esposo también trabaja en el gremio, lo que ha facilitado ese balance entre lo laboral y lo personal. “Me ayuda en el galpón, compartimos el gusto y eso lo hace más llevadero”. Y al hablar de sus colegas, sonríe: “No me he sentido sola, entre colegas compartimos experiencias que nos ayudan a crecer. Este trabajo tiene ciencia, no es solo raspar y echar comida como algunos piensan. Es un mundo de procesos que cambian a diario y que exigen disciplina y compromiso”.

La historia de Yudy Andrea es la de muchas mujeres que con disciplina y pasión han transformado el sector porcícola en Colombia. Una mujer que aprendió desde pequeña a ensuciarse las botas, que enfrentó prejuicios y que hoy lidera con firmeza una granja, convencida de que la porcicultura es más que un oficio: es una vocación de vida.

### Para concluir...

Las historias de Eliana, Daniela y Julia Andrea reflejan lo que viven cientos de mujeres en el campo colombiano: su aporte trasciende la productividad y se expresa en el cuidado con el que acompañan la vida, en la resiliencia frente a las dificultades y en la disciplina de jornadas que parecen no tener fin.

Durante años, su labor fue invisibilizada bajo la idea de que la porcicultura era un mundo de hombres. Hoy, con resultados y liderazgo, ellas demuestran que la igualdad de género no es solo una aspiración, sino una realidad que fortalece al sector y transforma a las comunidades rurales.



Asociación

# porkcolombia

Conociendo a nuestros líderes

William  
Alexander  
Lozano Riaño

*Director de Comercialización  
e Internacionalización  
de Porkcolombia - FNP*





Desde muy joven, William Alexander Lozano Riaño descubrió que su vocación estaba ligada a la construcción de proyectos sólidos, a la búsqueda de la eficiencia y a la creación de relaciones que trascendieran más allá de una simple negociación.

Su primer contacto con el mundo comercial se dio de manera casi inadvertida: tenía apenas siete años cuando se levantaba a las tres de la mañana para ayudar a su madre a moler y preparar las arepas de maíz que más tarde serían distribuidas en las carnicerías de los barrios. Esa experiencia temprana, que en su momento parecía solo una rutina familiar, se convirtió en la semilla de un camino lleno de aprendizajes y vivencias que marcaron su destino en el ámbito empresarial.

Ingeniero Industrial de profesión, egresado de la Universidad ECCI, con especializaciones en Producción, Logística Internacional y Gerencia Comercial con énfasis en ventas, William ha dedicado más de 20 años de su vida profesional a un mismo propósito: impulsar el desarrollo del sector cárnico en Colombia, siempre con ética, compromiso y pasión por lo que hace.

Su historia profesional está marcada por retos de gran envergadura. Ha liderado operaciones donde los volúmenes de venta superaron el millón de kilos mensuales, gestionado presupuestos de hasta 9.000 millones de pesos y acompañado el crecimiento de unidades de negocio que conectan la producción con el consumo, ya sea en el Retail, el HORECA o el Food Service. Pero detrás de las cifras y los resultados, está la convicción de que los logros más valiosos nacen del trabajo en equipo, de la confianza mutua y de la transparencia en cada decisión.

En su paso por empresas referentes como Grupo Éxito, Minerva Foods, PIC Colombia y Carnes Grin, William ha dejado huella gracias a su capacidad para diseñar estrategias comerciales sostenibles, abrir nuevos canales de mercado, desarrollar productos innovadores y fortalecer la competitividad de la carne nacional frente a un entorno global exigente. Su liderazgo no solo se mide en ventas o rentabilidad, sino también en la manera en que inspira a los equipos a dar lo mejor de sí, promoviendo la lealtad y el crecimiento personal.

Actualmente, como Director de Comercialización e Internacionalización en *Porkcolombia - FNP*, William lidera la estrategia para que la carne de cerdo colombiana gane mayor participación en el mercado, reemplace importaciones y sea reconocida por su calidad. Bajo su gestión se ha trazado la Planeación Estratégica de Comercialización al 2030 y se organizó la primera rueda de negocios entre porcicultores y el canal Retail, hitos que abren camino a un futuro más prometedor para la porcicultura nacional.

Más allá de su rol profesional, William se define por los valores que lo guían: la honestidad, la lealtad y la responsabilidad. Son estos principios los que le han permitido construir relaciones comerciales sólidas y duraderas, y los que lo motivan a seguir trabajando por un sector que considera esencial para la economía y la alimentación de los colombianos.

Con visión estratégica, cercanía humana y un profundo conocimiento del mercado, William Alexander Lozano Riaño es un líder que ha sabido transformar desafíos en oportunidades, y que continúa escribiendo, día a día, la historia de un sector en crecimiento.



# Porkfuturo uniendo saberes

En *Porkcolombia* - FNP creemos firmemente que el conocimiento compartido es la base del progreso. Por eso nace **Porkfuturo: uniendo saberes**, una iniciativa que nos permite acercar el sector porcícola a las aulas universitarias, promoviendo el intercambio de ideas, la actualización académica y la formación de nuevas generaciones de profesionales comprometidos con el desarrollo agropecuario del país.

Nuestro propósito es también fortalecer el relacionamiento con la academia, inspirar a los estudiantes y despertar en ellos la motivación para enamorarse de este sector, al punto de considerar a la porcicultura como un camino para su desarrollo profesional y de vida.

El pasado 2, 4, 8, 10 y 29 de septiembre, estuvimos en varias universidades compartiendo con estudiantes y docentes una jornada enriquecedora en torno a los retos y oportunidades del sector porcícola colombiano. Agradecemos a estas instituciones por abrirnos sus puertas y por su compromiso con el fortalecimiento del conocimiento agropecuario.

Universidad de Caldas  
2 de septiembre



## Universidad de La Salle 4 de septiembre



## SENA Antioquia 8 de septiembre





Universidad Nacional  
Valle del Cauca  
10 de septiembre



Universidad de Córdoba  
Montería  
29 de septiembre



# Toda

la información  
estratégica  
para un sector  
en evolución.

Una publicación especializada que ofrece a sus lectores un panorama completo y actualizado de la porcicultura en Colombia, con artículos de alto nivel técnico, análisis sectoriales y más contenido relevante para la toma de decisiones.

Contáctanos y conoce cómo puedes hacer parte de la próxima edición de la revista.

Información editorial y comercial  
Tel.: (601) 248 6777 Ext.: 179  
[alaverde@porkcolombia.co](mailto:alaverde@porkcolombia.co)



¿Celebración  
de viernes  
con amigos?

**RESUELVE MEJOR CON CERDO**

**PRUÉBALO  
EN TUS RECETAS**

**TACOS CON  
CARNE DE CERDO**



Fundación  
Colombiana  
del Corazón



**porkcolombia**  
FORO NACIONAL DE LA PORCICULTURA

**COME MÁS CARNE  
DE CERDO  
COLOMBIANA  
LA DE TODOS LOS DÍAS**