

PROGRAMAS DE INVERSION AÑO 2014

1. PROGRAMA DE TRANSFERENCIA Y EXTENSIÓN

El programa de Asistencia Técnica ejecutado en el 2014 se realizó por medio programa Desarrollo Rural con Equidad-DRE. Tuvo un tiempo de ejecución de Noviembre del 2013 a Octubre de 2014 cumpliendo con un 100% de las actividades propuestas. Atendiendo un total de 6.672 beneficiarios en 178 municipios de los 14 departamentos paneleros del país. Logrando el cumplimiento de las siguientes metas:

COMPONENTE DIAGNOSTICO PARTICIPATIVO

- CARACTERIZACION DE UNIDAD PRODUCTIVA: Se caracterizaron 4.597 unidades productivas.
- GEOREFENCIONES DE UNIDADES PRODUCTIVAS: 4.551 unidades productivas.
- PLANES DE TRABAJO DE UNIDADES PRODUCTIVAS: 2.121 unidades productivas.

COMPONENTE TECNOLÓGICO

- TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y/O EXTENSIÓN: Se desarrollaron 21.835 visitas de asistencia técnica a productores beneficiarios.
- TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y/O EXTENSIÓN: Se desarrollaron 25.481 capacitaciones con los beneficiarios en los diferentes componentes.
- PROCESOS DE ELABORACIÓN: Con el mejoramiento de la extracción se obtuvieron 1.354 toneladas de panela adicional.
- PROCESOS DE ELABORACIÓN: Trabajando con cañas con un buen índice de madurez eleva el valor de grados Brix, se garantizaron 1.414 toneladas de panela adicional.
- CONTROL BIOLÓGICO: Controlando Plagas y Enfermedades se proyecta llegar a una producción de panela adicional de 3.361 de toneladas producidas por hectárea de caña después del control biológico.
- SEMILLEROS: Se implementaron 170 semilleros para generación y distribución de material vegetal para propagación. Se obtuvieron 1.886 Toneladas de semilla.

COMPONENTE AGROEMPRESARIAL

- **ORGANIZACIONES FORMALIZADAS:** Se asesoraron 39 organizaciones para fortalecer las unidades productivas en los procesos de formalización, es de anotar que las 39 organizaciones están formalizadas completamente.
- **COMPONENTE COMERCIAL**
- **CARACTERIZACION DE LA OFERTA POR DEPARTAMENTO:** Se realizaron 14 caracterizaciones de la oferta en los departamentos paneleros.
- **COSTOS DE PRODUCCIÓN:** Se contribuyó a la construcción de estructuras de costos en 1.985 Unidades Productivas, de manera que los productores puedan tener mayor información para la toma de decisiones y minimización de costos.

SISTEMA DE INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN

- **INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN:** Se generaron 30 espacios virtuales a las organizaciones de productores para que dar a conocer a los potenciales y reales consumidores sus procesos organizacionales y portafolio de productos.

2. ESTUDIOS ECONÓMICOS Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN

PRECIOS 2014

Teniendo como base la información recolectada a través del sistema de información, se está construyendo un marco de variables para generar la información tendiente a definir tendencias y comportamientos de las variables socioeconómicas del subsector. Las variables que se están teniendo en cuenta son:

- Variabilidad de Precios (mensual – anual)
- Tendencia
- Afectación

Precios de la panela

Hasta la cuarta semana de Diciembre del año 2014, consolidó el reporte de 53 semanas teniendo en cuenta el proceso de recolección de precios a nivel nacional en 13 departamentos y 80 municipios paneleros atendidos por el programa de asistencia técnica.

El comportamiento semanal de los precios por kilogramo presentó una tendencia a la baja, iniciando en la primera semana de Enero en \$1.499 siendo el precio más alto durante el año 2014, y decreciendo hasta la cuarta semana del mes de Agosto a **\$1.293**, de este punto toma una leve tendencia al alza hasta registrar un valor de **\$ 1.414** en la última semana del mes de Diciembre. Según el comportamiento de los precios a nivel nacional el promedio para el 2014 fue de **\$ 1.384**.

PRECIOS/Kg	SEMANA	PROMEDIO SIMPLE	PROMEDIO PONDERADO
PRECIO MAYOR	ENERO	\$ 1.499	\$ 1.418
PRECIO MENOR	SEPTIEMBRE	\$ 1.293	\$ 1.184

Las regiones que presentaron los mayores precios fueron: Caquetá, Risaralda y Valle, y los precios más bajos se presentan en los Departamentos de Nariño, Cundinamarca y Boyacá.

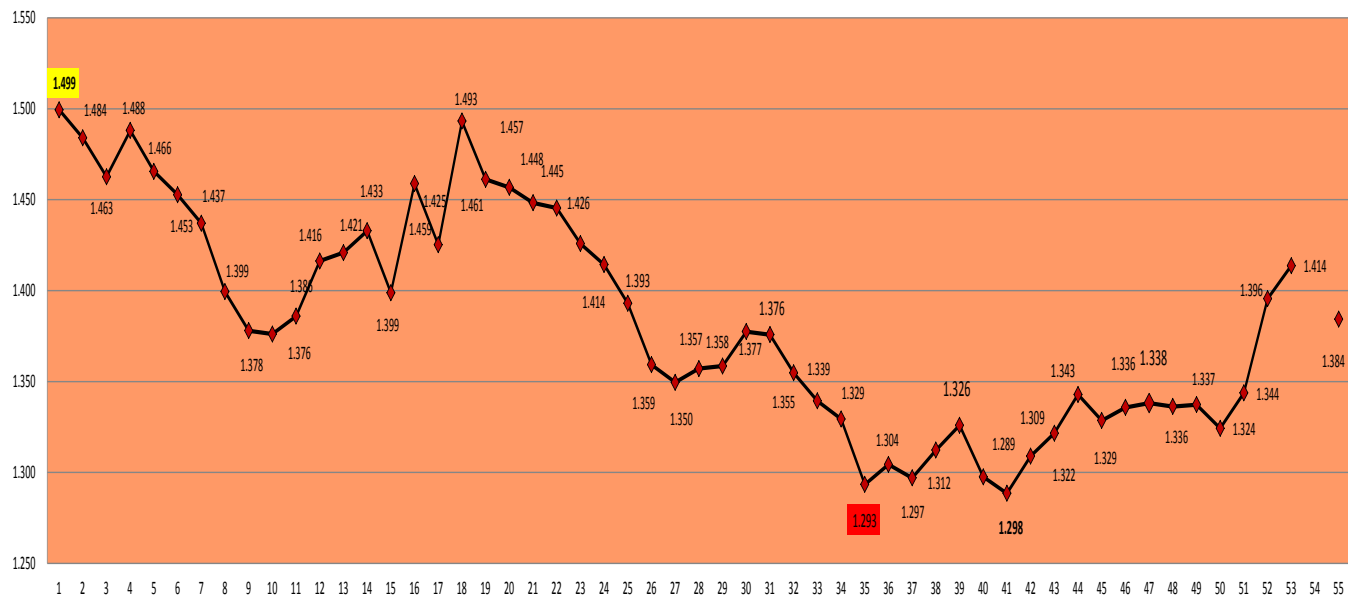


PRECIOS SEMANALES AL PRODUCTOR 2014
PRECIO PROMEDIO POR KILOGRAMO

MESES	ENERO				FEBRERO				MARZO					ABRIL				MAYO					JUNIO				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	
DEPARTAMENTO	1.400	1.444	1.488	1.488	1.463	1.399	1.309	1.271	1.189	1.182	1.246	1.354	1.326	1.249	1.229	1.264	1.264	1.317	1.310	1.356	1.363	1.367	1.367	1.356	1.344	1.367	1.347
ANTIOQUIA	1.417	1.383	1.383	1.383	1.417	1.433	1.350	1.283	1.183	1.142	1.250	1.300	1.233	1.208	1.267	1.283	1.267	1.267	1.233	1.267	1.267	1.250	1.217	1.167	1.200	1.219	1.183
BOYACA	1.294	1.294	1.283	1.613	1.294	1.300	1.300	1.267	1.278	1.300	1.228	1.261	1.300	1.367	1.356	1.361	1.361	1.356	1.383	1.383	1.383	1.383	1.372	1.439	1.394	1.394	1.394
CALDAS	1.925	1.925	1.883	1.883	1.925	1.933	2.217	2.011	1.988	2.017	1.839	1.805	1.864	1.958	1.767	1.847	1.773	1.936	1.983	1.860	1.767	1.913	1.933	1.633	1.694	1.727	1.633
CAQUETA	1.515	1.568	1.375	1.375	1.396	1.385	1.406	1.416	1.417	1.401	1.453	1.443	1.453	1.448	1.239	1.693	1.693	1.682	1.667	1.656	1.666	1.648	1.573	1.573	1.531	1.516	1.396
CAUCA	1.329	1.323	1.327	1.327	1.403	1.395	1.368	1.321	1.279	1.286	1.304	1.396	1.383	1.310	1.244	1.233	1.222	1.298	1.286	1.284	1.309	1.271	1.172	1.174	1.153	1.090	1.115
CUNDINAMARCA	1.465	1.453	1.463	1.463	1.453	1.437	1.308	1.260	1.202	1.177	1.172	1.286	1.333	1.323	1.338	1.354	1.333	1.489	1.489	1.495	1.421	1.172	1.234	1.344	1.234	1.312	
HUILA	1.276	1.228	1.247	1.247	1.214	1.156	1.154	1.194	1.172	1.201	1.192	1.215	1.184	1.162	1.151	1.152	1.169	1.161	1.181	1.188	1.275	1.275	1.316	1.295	1.244	1.224	1.190
NARIÑO	1.715	1.674	1.557	1.557	1.452	1.399	1.404	1.410	1.419	1.399	1.410	1.380	1.403	1.413	1.452	1.557	1.504	1.715	1.557	1.452	1.403	1.393	1.293	1.347	1.355	1.319	1.393
NORTE DE SANTANDER	1.643	1.601	1.583	1.583	1.595	1.577	1.583	1.571	1.571	1.574	1.556	1.557	1.566	1.602	1.601	1.616	1.619	1.914	1.646	1.646	1.637	1.625	1.548	1.595	1.684	1.592	1.604
RISARALDA	1.383	1.383	1.383	1.383	1.397	1.417	1.367	1.183	1.133	1.167	1.283	1.250	1.233	1.317	1.283	1.350	1.233	1.233	1.233	1.257	1.257	1.277	1.277	1.233	1.100	1.133	
SANTANDER	1.547	1.422	1.430	1.430	1.447	1.455	1.375	1.455	1.533	1.500	1.283	1.500	1.528	1.522	1.544	1.531	1.538	1.533	1.533	1.600	1.473	1.433	1.417	1.417	1.383	1.339	1.272
TOLIMA	1.584	1.592	1.611	1.612	1.598	1.598	1.541	1.550	1.550	1.544	1.583	1.665	1.665	1.750	1.714	1.725	1.552	1.511	1.493	1.503	1.534	1.535	1.880	1.880	1.550	1.550	1.571
VALLE	1.499	1.484	1.463	1.488	1.466	1.453	1.437	1.399	1.378	1.376	1.386	1.416	1.421	1.433	1.399	1.459	1.425	1.493	1.461	1.457	1.448	1.445	1.426	1.414	1.393	1.359	1.350
PROM NACIONAL	1.357	1.358	1.377	1.376	1.355	1.339	1.329	1.293	1.304	1.297	1.312	1.326	1.298	1.289	1.309	1.322	1.343	1.329	1.336	1.337	1.336	1.337	1.324	1.344	1.396	1.414	

PRECIOS MAYOR
PRECIO MENOR

PRECIOS PROMEDIOS AL PRODUCTOR POR KILOGRAMO 2014



3. PROGRAMA PROMOCION AL CONSUMO

Se contrató con la empresa MCCANN- ERICKSON CORPORATION S.A., los servicios para la creación y diseño de una estrategia publicitaria, conceptual y creativa, así como las estrategias comunicacionales para su desarrollo; las aplicaciones para los diferentes medios masivos; los diseños promocionales y de mercadeo que permitieran ejecutar las actividades de publicidad y marketing consideradas en el proyecto integral de promoción al consumo y apoyo a la comercialización de los productos paneleros 2014 que se adelantó con el Ministerio a través de la Bolsa Mercantil.

El valor del mencionado contrato de prestación de servicios, con cargo a los recursos del Fondo, asciende a la suma de cincuenta y ocho millones cuatrocientos cincuenta y cuatro mil novecientos cuarenta y ocho pesos (\$ 58.454.948.00) que se pactó pagar al contratista de la siguiente manera:

- Un primer desembolso del 50% (\$ 29.227.474.00) el 30 de julio de 2014, una vez cumplido el 50% de las actividades específicas, cuyo desembolso ya se realizó
- Un segundo desembolso del 50% (\$ 29.227.474.00) al finalizar el contrato, estipulado para el 10 de diciembre de 2014.

El desarrollo de las actividades por parte de la empresa contratada cumplió de la siguiente manera:

- **Diagnóstico:** La empresa realizó a través de su división McCann Labs un diagnóstico de la situación del producto y del mercado de la panela con base en varios documentos: diagnóstico realizado por la misma empresa en 2013; “Hábitos, Consumo y Posicionamiento de panela en Colombia”, estudio contratado en el 2013 con recursos del Fondo; “Evaluación de Desempeño de la Campaña Publicitaria de la Panela” estudio pre y post realizado por la empresa BrandStrat como parte de la campaña publicitaria de 2013.
 - Indicador: documento con los resultados del diagnóstico como base para el desarrollo de las siguientes etapas.
- **Estrategia:** De la cual el contratista entregó un documento con la Propuesta Estratégica, el Brief Creativo y el Brief de Medios; que fue revisado por la Oficina de Comunicaciones de Fedepanela y presentado a la Gerencia y a los directivos del gremio, así como a los funcionarios correspondientes del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
 - Indicador: Documento con la Propuesta Estratégica, el Brief Creativo y el Brief de Medios.

- **Creatividad:** De la cual el contratista entregó una propuesta de Campaña para televisión, radio, impresos, comunicación digital, así como las guías para producción, que igualmente fue revisado y presentado a los directivos de Fedepanela y del MADR, y cuyos parámetros se desarrollaron en la campaña publicitaria contratada por la Bolsa Mercantil de Colombia con la empresa Caracol Televisión.
 - Indicadores: Documento con propuesta de campaña y guías de ejecución; story boards de 6 comerciales para televisión, bocetos y copys para radio, prensa y medios digitales
- **Supervisión de producción y ejecución de la campaña:** Se realizó un trabajo conjunto entre MADR, Bolsa Mercantil, Fedepanela, McCann y Caracol para realizar no sólo la supervisión, sino los desarrollos creativos requeridos para la ejecución del plan de medios mediante un plan de trabajo acordado conjuntamente, al igual que la realización de reuniones quincenales de evaluación y seguimiento.

4. PROGRAMA COMERCIAL – ACOMPANAMIENTO A LA GESTION COMERCIAL Y EMPRESARIAL

INTRODUCCIÓN

Durante el año 2014 con el desarrollo del programa comercial del Fondo de Fomento Panelero, se ha dado continuidad a la implementación del plan de negocios del gremio con el enfoque de desarrollar y consolidar mercados formales de valor agregado que permita aprovechar oportunidades que se han venido identificando en mercados nacionales e internacionales, permitiendo a los empresarios paneleros integrarse de manera competitiva para lograr la sostenibilidad social, organizacional y financiera.

Para lograr estos objetivos se desarrollaron los siguientes componentes:

- a. Identificación de oportunidades comerciales para el sector a nivel nacional e internacional.
- b. Apoyo a organizaciones de productores o empresarios paneleros para la implementación de sus planes de negocios.
- c. Desarrollo Tecnológico y comercial que les permita a los productores integrados al programa comercial adoptar tecnologías duras o blandas para la integración a los mercados identificados o desarrollados.
- d. Apoyo al cierre de operaciones comerciales de productores y esquemas de integración productiva en los mercados identificados y priorizados.

A continuación se presenta un análisis detallado de los aspectos más relevantes de la ejecución del programa comercial durante el año 2014.

1. Identificación de Mercados Nacionales e Internacionales.

Dentro de este componente se adelantan las acciones tendientes a identificar oportunidades comerciales para el gremio para ser desarrolladas dentro del marco del plan del modelo de integración comercial o a través de acciones directas por productores incluidos en el plan de negocios del gremio.

Durante el año 2014 sobresale la ejecución y se logró identificar con alto potencial para el desarrollo de mercados 13 destinos nuevos de exportación, con mercados institucionales (ICBF y Agencia Logística de las Fuerzas Militares), Almacenes de Cadena (Éxito – Cencosud), Industria (Granolas, barras energéticas, bebidas y panificación) y Procesos de Exportación (Ecuador, Canadá, Alemania, España, USA y Corea).

Identificación de organizaciones priorizadas durante la identificación y gestión comercial.

Departamento	Municipio	NOMBRE PROVEEDOR	Tipo Producto Observaciones
Antioquia	Cisneros	CENTRAL DE MIELES DE NORDESTE	Panela granulada convencional (200 ton/mes) y orgánica (100 ton/mes). A través de proyectos vinculados con COMERPANELA y clientes propios.
	Yolombo	TRAPICHE LA SIBERÍA - Inversiones Doble A SAS	Panela convencional bloque y granulada - servicios logísticos e implementación BPM
Boyacá	San José de Pare	AMCA S.A.S	Panela en bloque y granulada convencional. Mercado masivo y Exportaciones
	Chitaraque	TRAPICHE EL MANA DE LA VEGA	Panela granulada convencional 30 ton/mes. Contactos comerciales de COMERPANELA
Santander	Ocamonte	ASOPROFONCE	Panela en bloque y granulada mercado masivo y potencial exportador.
	Ocamonte	AGROCOL	Panela en bloque y granulada mercado masivo y potencial exportador.
	Barbosa Santander	PANELA COLOMBIA DULCE S.A.S	Panela convencional en Bloque.
Cundinamarca	Bogotá	COMERCIALIZADORA OLIVO VERDE	Panela convencional bloque y granulada - servicios logísticos e implementación BPM
	Guayabal de Siquima	AGROSIQUIMA	Panela bloque orgánica. En proceso de recertificación.
	Nocaima	ASOPROPANOC	Panela bloque y granulada orgánica
	Quipile	JOAQUIN MEDINA	Panela lo que y granulada convencional
Huila	Ismos	ASOPROMACOL	Panela granulada orgánica mercado internacional.
Risaralda	Quinchia	ASOPANELA	Panela en Bloque y granulada, convencional y orgánica. Mercado masivo, exportaciones e industria
	Pereira	PANELA MATECAÑA - GRAN SABOR COLOMBIANO - Ramírez y Compañía SAS	Panela en bloque - Mercado masivo y exportación
Caldas	Manzanares	CORMAPANELA	Panela convencional bloque y granulada.
	Neira	ASOPRONEIRA	Panela convencional bloque y granulada.
Cauca	Cajibío	APC - Asociación Agropecuaria de Productores y Comercializadores Panelera de Cajibío	Panela en Bloque - Mercado masivo
	Bolívar	ASPABOL - Asociación de Productores de Bolívar	Panela en Bloque - Mercado masivo

2. Apoyo en Implementación de Planes de Negocios.

Para el desarrollo de los planes de negocios se ha trabajado con el modelo de negocios CANVAS como herramienta para identificar los diferentes escenarios que debe ser desarrollado por los productores y sus organizaciones para el aprovechamiento de oportunidades y el cierre de operaciones con enfoque de sostenibilidad.

Dentro de este contexto se ha establecido un primer modelo de negocios a las organizaciones empresariales:

- ❖ Cundinamarca: Olivo Verde, Agrosiquima. Como proveedores del grupo Cencosud y Almacenes Éxito.
- ❖ Boyacá: AMCA SAS. Destinado a panela granulada para mercados industriales o preparación de bebidas instantánea para reconstituir en agua.
- ❖ Santander: Panela Colombia Dulce. Integrándose comercialmente a la comercializadora y productora Tisanas Orquídea.

3. Proyectos de Desarrollo Tecnológico y Desarrollo de Mercados.

Dentro de este componente se busca sistematizar el conocimiento generado en la gestión comercial y en las actividades de investigación, para generar propuestas de desarrollo y financiación que den soporte al proceso comercial para los procesos de desarrollo tecnológico, donde se han encontrado dos aspectos importantes, el desarrollo de producto y desarrollo de proveedores.

4. Cierre de Operaciones Comerciales.

Como resultado de la labor comercial se han concretado negociaciones y codificaciones con los siguientes clientes:

- ❖ **CAFAM.**
- ❖ **ALMACENES ÉXITO.**
- ❖ **CENCOSUD.**
- ❖ **CORPORACIÓN LA FAVORITA – ECUADOR.**
- ❖ **BIOALIMENTACIÓN COLOMBIA. ANTARDICO.**
- ❖ **INTEGRACIÓN COMERCIAL CON FIRMAS DISTRIBUIDORAS**

5. PROGRAMA ACUERDO DE COMPETITIVIDAD - SECRETARIA TECNICA DE LA PANELA Y COMISION NACIONAL DE VIGILANCIA

A continuación se citan los ejes de los planes de acción tanto de la Cadena como de la Comisión Nacional de Vigilancia para la Calidad de la Panela, frente a los cuales se han desarrollado acciones, así:

- A.** Para apoyar la solicitud de incremento del arancel para las importaciones de azúcar provenientes de Bolivia, se realizó un documento por parte de ST de la Cadena el cual buscó sustentar técnicamente desde la óptica del sector panelero la conveniencia de incrementar el arancel aplicable soportando analíticamente porque cualquier cambio en las condiciones de producción y/o comercialización de la panela a nivel nacional constituye un grave riesgo para el bienestar de miles de familias del país, quienes están vinculados directa o indirectamente a la actividad panelera.
- B.** En el marco de los compromisos emanados del Comité del Codex, la STC¹ se ha encargado de gestionar lo referente a la identificación del ingrediente activo presente en los musilagos naturales utilizados en la producción de panela.
- C.** Después del proceso realizado ante el MADR para la obtención de recursos para la financiación del proyecto con el objetivo de determinar una nueva tabla de tolerancias aplicables a la panela, en este trimestre se adelantó conjuntamente con Corpoica la sustentación de los resultados del mismo ante la Superintendencia de Industria y Comercio, logrando con ello, la expedición de la Resolución 13321 del 11 de junio de 2014, mediante la cual se estipula que la tolerancia aplicable será del 5%.
- D.** Ante las inquietudes de varios productores en el sentido de la obtención de capital de trabajo para la exportación, la STC tomo contacto con Bancoldex para obtener información acerca de las opciones de factoring con las que se cuentan para financiar exportaciones encontrando que existen dos clases, una ordinaria y otra de Cadenas Productivas
- E.** La STC ha emitido concepto al respecto de varios así:

Regalías:

- ✓ Antioquia: Fortalecimiento de la cadena productiva del sector panelero en el Municipio de Santo Domingo. Positivo
 - ✓ Cesar: Fortalecimiento del Sector Agroindustrial a través del mejoramiento de los procesos de producción de trapiches paneleros en el Municipio de González. Negativo
-

- ✓ Nariño: Construcción y dotación de la planta regional comunitaria procesadora de caña panelera municipios de Santacruz departamento Nariño: Negativo
- ✓ Putumayo: Fortalecimiento integral de la agroindustria panelera en el municipio de Mocoa Departamento del Putumayo: Negativo

Alianzas Productivas:

- ✓ Fortalecimiento del proceso de producción, agroindustria y comercialización de panela Asopropab “Asociación de productores de panela de Bonafont” Riosucio. Positivo
 - ✓ Alianza productiva para el sostenimiento de 59,29 hectáreas de caña y para el fortalecimiento de la industria panelera en el municipio de Neira. Positivo
 - ✓ Mejoramiento de la cadena panelera, como generador de ingresos para productores organizados del municipio de Salamina, Caldas. Positivo
 - ✓ Fortalecimiento de la agroindustria de la panela en el municipio de Pueblo Rico, Risaralda. Positivo
 - ✓ Fomento al desarrollo y el mejoramiento de la agroindustria panelera en el Municipio de Quinchia. Positivo
 - ✓ Apoyo al sostenimiento, renovación por siembra de cultivos de caña y adecuación de trapiches con productores de la asociación panelera de Anorí – Apanor, Municipio de Anorí Departamento de Antioquia. Positivo.
- F.** Se atendieron las reuniones bilaterales CADENA-OCDE, además de entregar toda la información requerida por la organización.
- G.** Se gestionó una reunión con la Directora del Invima Dra. Blanca Elvira Cajigas de Acosta, la intención fue abordar entre otros los siguientes temas:
- Estado de las inspecciones a Ingenios de Bolivia en el marco de la decisión del AAA de suspender las importaciones de dicho país por sospechas de orden sanitario.
 - Control y Vigilancia Trapiches
 - Controles importación y exportación de panela
 - Falsedad en rotulado
 - Demás faltas sanitarias que se están presentando en la actualidad
 - Inscripción de trapiches (consulta de información)