

ACTA 129

En la ciudad de Bogotá, D.C., a los treinta y un días (31) días del mes de marzo de 2025(sesión inicial) y a los cuatro (4) días del mes de abril de 2025 (sesión final), previa convocatoria escrita del Gerente General de la Federación Nacional de Productores de Panela, ente administrador del Fondo Nacional de la Panela, se desarrolló la reunión de la Junta Directiva con la asistencia de los siguientes integrantes:

En representación del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural:

Dra. América Astrid Melo V.	Presidente Junta Directiva Fondo de Fomento Panelero -Directora de Cadenas Agrícolas y Forestales MADR.
Dra. Silvia Juliana Becerra.	Dir. de Capacidades Productivas y generación de ingresos MADR.
Dr. German Guerrero Chaparro.	Director de Financiamiento y Riesgos Agropecuarios MADR.
Dr. Juan Pablo Tovar.	Asesor Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural MADR.

En representación de la Federación Nacional de Productores de Panela:

Dra. Carolina Aranda	Delegada Panelera Depto. de Boyacá (conectada).
Dr. Omar Ballesteros Monsalve	Delegado Panelero Depto. Santander

En calidad de invitados los siguientes asistentes:

Por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural:

Dra. Sandra Liliana Mahecha Lizarazo	Funcionaria Dirección Cadenas Agrícolas y Forestales MADR,
Ing. Michael Rolando Ruiz Pinzón	Secretario Cadena de la Panela MADR.
Dra. Ruth Ibarra	Funcionaria Coordinadora de grupos de cadenas de productos agrícolas transitorios MADR.

Por FEDEPANELA

Dr. Carlos Fernando Mayorga	Gerente General FEDEPANELA y secretario de la Junta.
Dr. Jaime Eduardo Cartagena	Director Administrativo y de Recaudo FFP.
Ing. Yulieth Olarte	Directora Comercial FFP.
Dr. Juan Manuel Lasso	Director Financiero FFP.
Ing. Cristian Marín	Director Área Técnica FFP.
Sr. Mauricio Ángel Riveros	Director de Información FFP.

Por la firma Auditora del Fondo de Fomento Garssa Consulting:

Dra. Yuli Paola Urrea.

1. VERIFICACIÓN DEL QUORUM

Se llama a verificación de lista de los asistentes así:

Dr. América Astrid Melo V.	Directora de Cadenas Agrícolas y Forestales MADR
Dr. German Guerrero Chaparro	Director de Financiamiento y Riesgos Agropecuarios MADR.
Dra. Silvia Juliana Becerra	Directora de Capacidades Productivas y generación de ingresos MADR.
Dr. Juan Pablo Tovar	Asesor Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

En representación de la Federación Nacional de Productores de Panela:

Dra. Carolina Aranda	Delegada Panelera Depto. de Boyacá (conectada).
Dr. Omar Ballesteros Monsalve	Delegado Panelero Depto. Santander

Confirmada la asistencia de los Miembros de la Junta Directiva, con la presencia de seis (6) de los siete (7) Miembros que conforman la Junta Directiva del Fondo de Fomento Panelero, hay quórum para deliberar y decidir. Se declara instalada la Junta por parte de la presidente. Se hace la aclaración que el tercer delegado por la Federación nacional de productores de panela se encuentra a la fecha de la presente junta en proceso de elección, por vencimiento de periodo del anterior miembro, Sr. Santiago Fernández, delegado panelero del departamento del Valle del Cauca.

2. LECTURA Y APROBACIÓN DEL ORDEN DEL DÍA

El orden del día propuesto y aprobado es el siguiente:

1. Verificación del Quórum.
2. Aprobación del orden del día.
3. Lectura y aprobación de las actas No. 127 de 2024 y 128 de 2025.
4. Informe gestión del administrador, gestión 2024 y gestión primer trimestre 2025
5. Informe ejecución presupuestal ejecutado a 28 de febrero del 2025.
6. Presentación y aprobación de Estados Financieros a 31 de diciembre del 2024.
7. Presentación de alcances técnicos y adición de recursos (promoción al consumo registros de marca, programa de extensión convenios con municipios y gira técnica comercial a China y Japón).
8. Presentación y aprobación Acuerdos de gastos e inversión No 04, por medio del cual se modifica el presupuesto de gastos del FFP para la vigencia fiscal 2025.
9. Informe de Auditoría Interna del Fondo Nacional de la panela a 31 diciembre 2024.
10. Elección o prorroga firma Auditoría Interna FFP.
11. Proposiciones y varios.

De parte de la Dra. América Astrid Melo, se solicita realizar una presentación y contextualizar a la Junta sobre el Fondo de Fomento Panelero, por lo cual se somete a consideración de la junta, la modificación del orden del día, siendo aprobado por unanimidad y quedando de la siguiente manera:

1. **Verificación del Quórum.**
2. **Aprobación del orden del día.**
3. **Presentación y contextualización Fondo de Fomento Panelero.**
4. **Lectura y aprobación de las actas No. 127 de 2024 y 128 de 2025.**
5. **Informe gestión del administrador, gestión 2024 y gestión primer trimestre 2025.**
6. **Informe ejecución presupuestal ejecutado a 28 de febrero del 2025.**
7. **Presentación y aprobación de Estados Financieros a 31 de diciembre del 2024.**

8. Presentación de alcances técnicos y adición de recursos (promoción al consumo registros de marca, programa de extensión convenios con municipios y gira técnica comercial a China y Japón).
9. Presentación y aprobación Acuerdos de gastos e inversión No 04, por medio del cual se modifica el presupuesto de gastos del FFP para la vigencia fiscal 2025.
10. Informe de Auditoría Interna del Fondo Nacional de la panela a 31 diciembre 2024.
11. Elección o prórroga firma Auditoría Interna FFP.
12. Propositiones y varios.

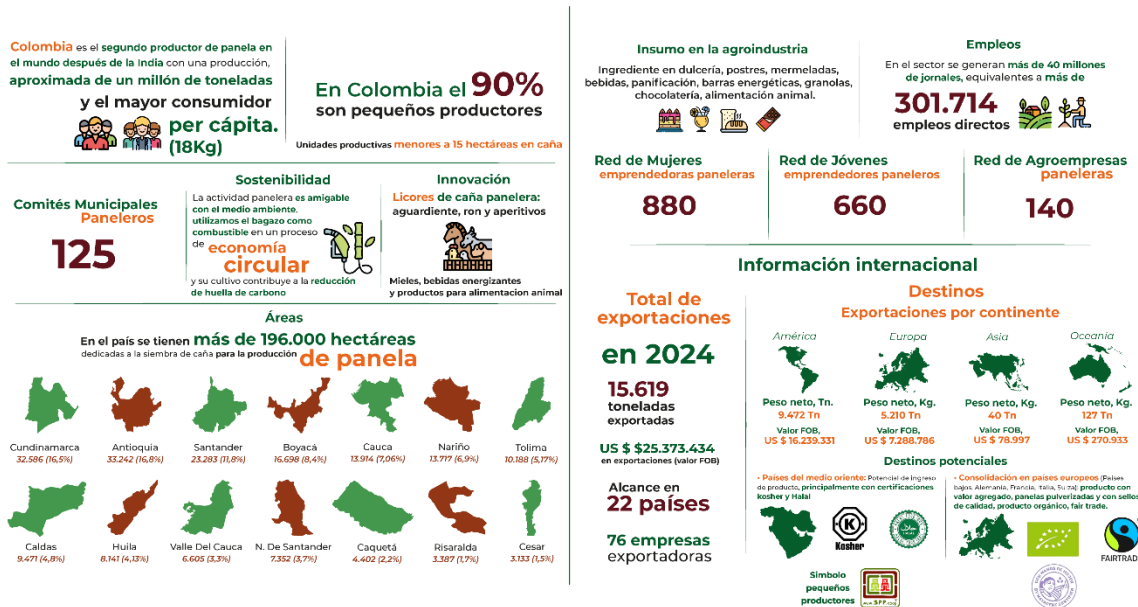
3. PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN FONDO DE FOMENTO PANELERO.

El Ingeniero Carlos Fernando Mayorga, como Gerente de FEDEPANELA, realiza una presentación ejecutiva sobre el Fondo de Fomento Panelero, abordando los siguientes temas:

- “El Fondo de Fomento Panelero, fue creado por la Ley 40 de 1990, donde anterior a ello, los ingenios azucareros podían producir panela, entre tanto los productores de panela, vinculados en asociaciones departamentales fueron dando origen a la Federación Nacional de Productores de Panela y realizan gestiones con el Ministerio de Agricultura, en pro de la protección del subsector, amenazado por la producción industrial de panela de los ingenios. En la Ley 40 de 1990, también se crea el parafiscal y se prohíbe que los ingenios puedan producir panela”.
- “Posteriormente se da el proceso de la administración del Fondo de Fomento Panelero, a través de la Federación Nacional de productores de Panela; hoy en día, el país panelero es muy grande, la actividad panelera se realiza en 564 municipios de 27 departamentos, siendo un tema social muy grande, pero los recursos del Fondo de Fomento Panelero, son muy limitados, se hace un comparativo entre el Fondo Nacional del Café que tiene alrededor de 1.500 extensionistas, mientras el Fondo de Fomento Panelero a la fecha cuenta con 21 extensionistas a nivel nacional lo cual limita mucho la atención al productor”.
- “La estrategia entonces del Fondo de Fomento Panelero a través de estos años ha sido la de generar impacto, ligado a que al productor se le pague bien su producto, presentándose que cuando hay un buen precio, el productor pueda hacer inversiones en su finca, en su familia; los ingresos dan algunos desarrollos, pero cuando el precio se deprime, la situación del productor pasa a ser crítica. Entonces la pregunta es ¿cómo mantener un precio justo en el marco de la oferta y la demanda?, entonces el Fondo de Fomento Panelero, diseñó una estrategia que permitiera sin el musculo financiero de otros fondos, siendo la producción de panela muy dispersa dentro del territorio nacional y teniendo en cuenta los días de comercialización (mercado) en las zonas de producción (viernes San Gil Santander - sábado Villeta Cundinamarca), bajando presión a los mercados locales para una estabilización de precios, diseñándose el apuntamiento a otros mercados especializados, tales como las exportaciones, las compras y mercados institucionales, la industria de alimentos, canal Horeca (hoteles, restaurantes, cafeterías), diversificación de la producción, además con un eje transversal que es la promoción al consumo”.
- “Consumo: en los últimos 27 años, se ha caído el consumo de panela en un 48% y de estos 27, en los últimos 5, se ha caído en un 24%. Esto ha obedecido a los cambios en los hábitos de consumo de las nuevas generaciones, las restricciones del personal médico al consumo de panela y otra serie de factores que han golpeado fuertemente el consumo. En este sentido, el Fondo de Fomento Panelero, fortaleció el tema de exportaciones, mercado institucional, canal Horeca, a través de las áreas internas”.
- El subsector panelero es muy básico, los pequeños productores no han tenido acceso a la formación, entonces nuestros pequeños productores acuden a la organización solo cuando los precios están malos, siendo este nuestro primer reto y que continua, no se acaba, estableciendo el cómo nuestros productores pueden acceder a esas capacidades para poder ingresar a estos

mercados especializados, entonces desde el área técnica, se empezó a manejar el tema de mejorar la productividad, de mejorar la calidad, porque la calidad es un elemento que posiciona al producto. El tema de mejorar rendimientos, de buenas prácticas de manufactura y en el tema ambiental, son los proyectos que se han venido realizando por ejemplo con el Fondo Verde del Clima, con AIMA PANELA, para el mejoramiento del subsector.

- De otra parte, ¿cómo que nuestros productores asociados accedan a esos mercados?, desde el aéreo socio empresarial se comenzó a trabajar en una metodología, basándose en la ICOR (índice de capacidades organizacionales), para implementarlos con las asociaciones de productores paneleros en cinco puntos fundamentales entre ellos, democracia, manejos administrativos, comercial, para tener una ruta de trabajo y que esas organizaciones accedan a esos mercados especializados.
- De igual forma en el área comercial, empezamos a acompañar a esas asociaciones y organizaciones, lo cual requirió de una estructura organizativa, más allá de Fedepanela y sus comités municipales y departamentales y la junta directiva nacional, viendo cómo se generaban otras estructuras organizativas para apoyar estos procesos, así pues, se crearon las redes nacionales de jóvenes paneleros (proceso de 5 años de creación) y la de mujeres paneleras; con ambas redes, se trabajó el tema de emprendimiento y desarrollos de producto. También se creó la red de asociaciones de productores y finalmente se le dio estructura a un bloque exportador. Todo esto para ganar capacidades en los productores para acceder a los mercados especializados.
- De igual manera, todos estos temas requerían de un análisis de datos, con la información pertinente para la toma de decisiones y a través de todo el sistema de información se ha venido trabajando junto con la parte técnica, caracterizando a todos los productores del país; esto ha sido un tema lento y con pocos recursos; actualmente, tenemos CIPA que tiene mapas paneleros, polígonos con sistema de información geográfico para el uso de los productores nacionales y nos ayudan a observar el comportamiento de la demanda en el país. Este concepto, también requería de un elemento fundamental en el cómo garantizar que los jóvenes en los términos de consumidores, también siguen teniendo como referente nuestra panela, donde se comenzó a trabajar en las redes sociales, en las comunicaciones, en la promoción al consumo, y hoy tenemos una PLADICOM (plataforma digital de comunicaciones), donde se integran Facebook, Instagram, Tic Tok, YouTube, X, porque nos hemos dado cuenta que es un tema fundamental hoy en día en la comunicación con los jóvenes tanto en el campo como en la ciudad.
- Todo este trabajo tiene una estructura administrativa, que ha generado impactos, llevando más de 8 años con unos recursos limitados, pero paso a paso, así pues para nosotros es un logro muy positivo por ejemplo que el año pasado se haya utilizado todos los cupos para exportar, en este tema, agradecer al gobierno nacional y especialmente a los Ministerio de Comercio Exterior y de Agricultura y Desarrollo Rural, ya que llevábamos tiempo solicitando que los cupos para exportar tuvieran un mecanismo de quien primer llegaba primer servido, para que no se presentara que no se llenaran todos los cupos de exportación. Durante la gestión de un anterior Ministro, el Dr. Umaña, se aprobó el modelo y todos los cupos se han venido utilizando, exportando el año pasado más de 15.000 toneladas por 27 millones de dólares y se han venido dinamizando las exportaciones, esto nos dio un ejemplo y con unos acuerdos con el bloque exportador para respetar el mercado externo. No se pretende hablar de caracterización, pero si, hacer unos acuerdos que respeten el mercado.
- Son muchos elementos los que se han ido ganando, el “primer llegado - primer servido” ha sido fundamental y en el tema de las redes sociales, ha tenido un efecto grandísimo; el tema socio empresarial para tener a los jóvenes desarrollando e innovando, en términos generales como se desarrolla el Fondo.



Información internacional

Total de exportaciones en 2024

15.619 toneladas exportadas

US \$ \$25.373.434 en exportaciones (valor FOB)

Alcance en 22 países

76 empresas exportadoras

Destinos

Exportaciones por continente

América	Europa	Asia	Oceanía
Peso neto, Tn. 9.472 Tn Valor FOB, US \$ 16.239.331	Peso neto, Kg. 5.210 Tn Valor FOB, US \$ 7.288.786	Peso neto, Kg. 40 Tn Valor FOB, US \$ 78.997	Peso neto, Kg. 127 Tn Valor FOB, US \$ 270.933

Destinos potenciales

• Países del medio oriente: Potencial de ingreso de producto, principalmente con certificaciones kosher y Halal

• Consolidación en países europeos (Japón, Suiza, Alemania, Francia, Italia, Suiza): producto con valor agregado, panelas pulverizadas y con sellos de calidad, producto orgánico, fair trade.

Áreas

En el país se tienen más de 196.000 hectáreas dedicadas a la siembra de caña para la producción de panela

Cundinamarca 32.586 (16,6%)	Antioquia 33.242 (16,9%)	Santander 23.283 (11,8%)	Boyacá 16.698 (8,4%)	Cauca 13.914 (7,06%)	Nariño 13.777 (6,9%)	Tolima 10.388 (5,27%)
Caldas 9.471 (4,8%)	Huila 8.141 (4,13%)	Valle Del Cauca 6.605 (3,3%)	N. De Santander 7.352 (3,7%)	Caquetá 4.402 (2,2%)	Risaralda 3.387 (1,7%)	Cesar 3.133 (1,5%)

4. LECTURA Y APROBACIÓN DE LAS ACTAS No. 127 de 2024 y No.128 de 2025.

El Dr. Carlos Fernando Mayorga, secretario de la Junta Directiva somete a consideración el Acta No.127 de la reunión de junta directiva del mes de diciembre de 2024 y el Acta No. 128 del mes de marzo de 2025, las cuales son aprobadas por los Miembros de Junta que asistieron a dicha reunión con la abstención de votos de la Dra. América Melo, por no haber hecho parte del ejercicio y de la Dra. Silvia Juliana Becerra, por cuanto ingreso en diciembre del 2024. 4 miembros aprobaron.

5. INFORME DE GESTIÓN DEL ADMINISTRADOR, GESTION 2024 Y GESTIÓN PRIMER TRIMESTRE 2025.

INFORME DE RECAUDO CUOTA DE FOMENTO PANELERO.

Presentación a cargo del Director Administrativo y de recaudo FFP, Dr. Jaime Eduardo Cartagena.

Se presenta el cuadro comparativo entre el recaudo del año 2023 y 2024, pasando de \$5.087.206.320 en al año 2023 a \$5.398.077.042 en el año 2024.

COMPARATIVO RECAUDO 2023-2024			
DEPARTAMENTO	ACUMULADO A DICIEMBRE 2023	ACUMULADO A DICIEMBRE 2024	VARIACIÓN PORCENTUAL
ANTIOQUIA	\$ 795.564.084	\$ 779.728.470	-1,99%
ATLÁNTICO	\$ 511.685	-	

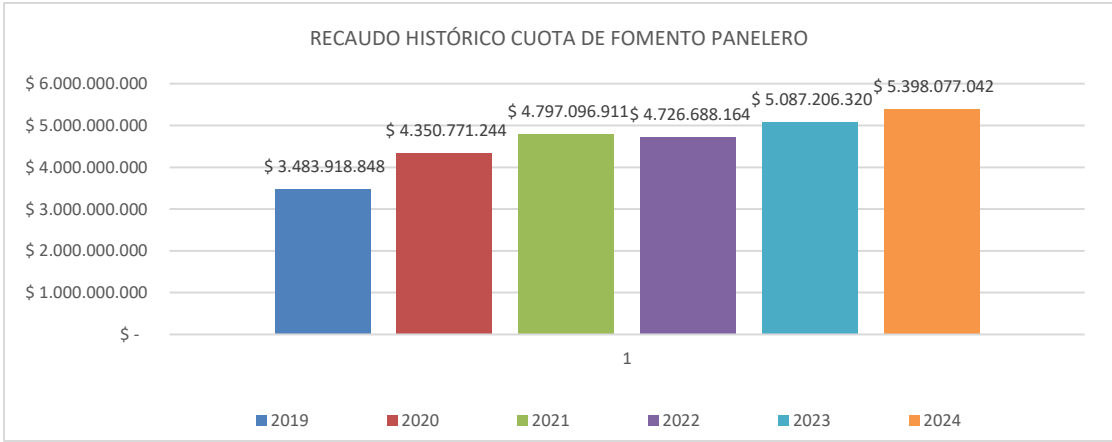
BOYACÁ	\$ 563.601.480	\$ 593.324.229	17,42%
CALDAS	\$ 161.483.657	\$ 150.557.153	-6,77%
CAUCA	\$ 161.360.754	\$ 203.784.187	26,29%
C/MARCA	\$ 832.626.788	\$ 869.376.939	4,41%
HUILA	\$ 268.980.059	288.987.794	7,44%
NARIÑO	\$ 474.417.000	\$ 478.539.674	0,87%
QUINDÍO	\$ 56.101.543	\$ 69.135.841	23,23%
RISARALDA	\$ 201.581.419	\$ 224.636.534	11,44%
SANTANDER	\$ 602.373.827	\$ 673.354.834	23,77%
NORTE DE SANTANDER	\$ 31.205.461	\$ 46.009.303	47,44%
TOLIMA	\$ 162.511.654	\$ 177.065.455	8,96%
VALLE	\$ 732.846.505	\$ 843.576.629	15,11%
CAQUETÁ	\$ 3.155.000	-	
TOTALES	\$ 5.048.320.925	\$ 5.398.077.042	6,93%
VIGENCIA ANTERIOR	\$ 37.834.764		
INTERESES	\$ 1.050.630		
TOTAL	\$ 5.087.206.320	\$ 5.398.077.042	6,11%

El Precio Kg de panela I Semestre de 2023 \$3.162, I Semestre de 2024 \$3.244 incremento del 2,59%.

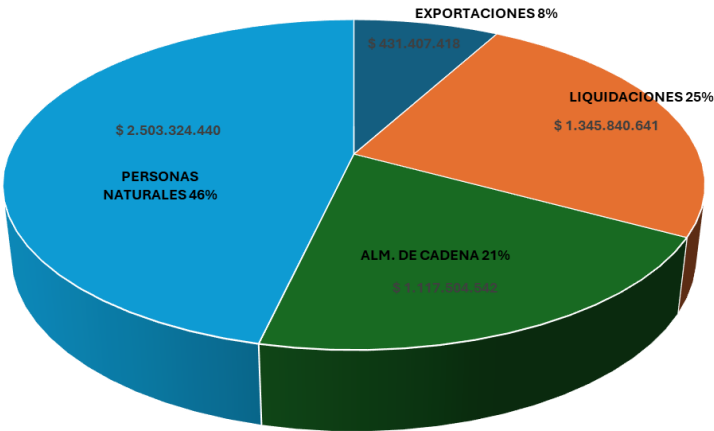
El Precio Kg de panela II Semestre de 2023 fue de \$3.193, II Semestre de 2024 \$3.196 incremento del 0.09%

Incremento porcentual final comparativo 2023-2024 = 6.11%.

A continuación, se presenta el consolidado histórico de recaudo cuota de fomento panelero desde el año 2019 al 2024.

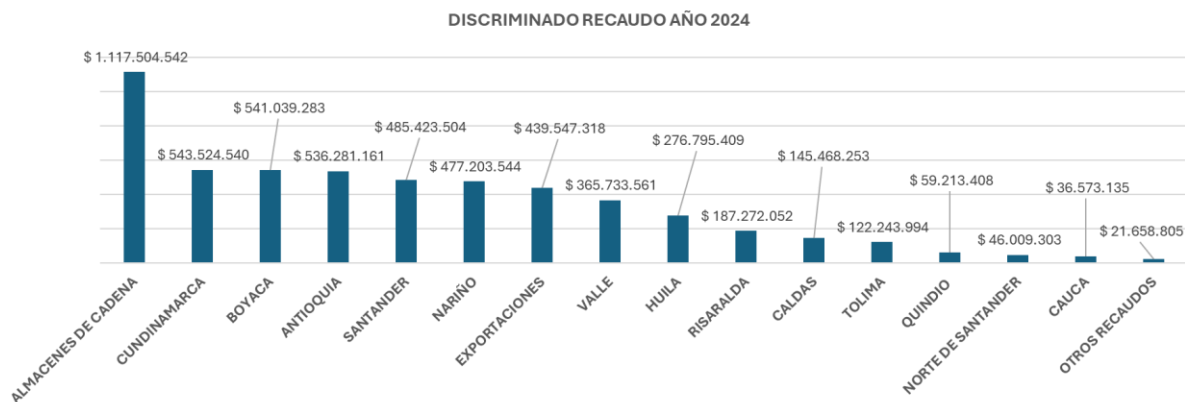


Se presenta la distribución y discriminación del recaudo de la cuota de fomento panelero en el año 2024:
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL RECAUDO



CONCEPTO RECAUDO	TOTAL AÑO 2024	PART. %
PERSONAS NATURALES	\$ 2.503.324.440	46%
LIQUIDACIONES P. JUR.	\$ 1.345.840.641	25%
ALMACENES DE CADENA	\$ 1.117.504.542	21%
EXPORTACIONES	\$ 431.407.418	8%
TOTALES	\$ 5.398.077.041	100%

Se presenta la discriminación del recaudo del año 2024 por departamentos:



En el reporte de “Otros recaudos” a solicitud de la Junta, de parte de la Dirección Financiera, se explica que obedece a ingresos por aclarar, a las cuentas de recaudo. Consignaciones sin NIT no identificadas.

El reporte de rollos de etiqueta para el año 2024 es el siguiente:

CONSUMO MENSUAL PLATAFORMA SIR FFP 2024	
ENERO	3.518
FEBRERO	3.757
MARZO	3.551
ABRIL	4.108
MAYO	3.920
JUNIO	3.521
JULIO	3.699
AGOSTO	3.855
SEPTIEMBRE	3.997
OCTUBRE	4.012
NOVIEMBRE	3.698
DICIEMBRE	3.725
TOTAL	45.361

Con el resultado del año 2024, se muestra el comparativo vs año 2023:

CONSUMO 2023	CONSUMO 2024	VARIACIÓN
38.973	45.361	16%

Se presenta a la Junta Directiva, el consolidado de operativos de control realizados a nivel nacional en la vigencia 2024:

VISITAS A PRODUCTORES COMERCIANTES Y ALMACENES – OPERATIVOS ENERO - DICIEMBRE DE 2024		
Departamento	Delegado	Número de actividades de control
ANTIOQUIA	DIANA CARVAJAL	98
BOYACA	GINA ALEJANDRA CRISTANCHO	75
CALDAS	MARIO GIL	90
CUNDINAMARCA	RODOLFO VELASCO	114
HUILA	LINDA LUCIA ROJAS GOMEZ	228
NARIÑO	ANGELA JURADO ROSERO	82
RISARALDA	ALEJANDRA PALACIO	79
SANTANDER	CAROLINA RODRIGUEZ	87
SOCORRO	HUBERTO RUIZ FAJARDO	70
TOLIMA	GERARDO GUZMAN GUZMAN	91
VALLE	MARÍA CRISTINA ROLDAN	70
CAUCA	CRISTINA BOLAÑOS	30
VILLET	SANDRA MILENA MARTÍNEZ ÁVILA	118
OFICINA PRINCIPAL	DIRECCIÓN RECAUDO/COORDINACIÓN	25
TOTAL		1257

Se presenta el resumen de la gestión y estrategias implementadas:

- Apoyo de la secretaria del Comité de Vigilancia y Control del Ministerio de Agricultura con la creación de los comités de vigilancia.
- Control de código QR a las etiquetas evitando uso indebido de estas, así como capacitaciones a la Policía Nacional y control en carretera.
- Capacitaciones y seguimiento a productores con el fin de incentivar la presentación de liquidación de cuota de fomento panelero.

- Desarrollo y perfeccionamiento de proyecto código QR Gestión junto con la Auditoría y delegados para el aumento de retención de cuota de fomento en almacenes y establecimientos.
- Capacitaciones y seguimiento a productores con el fin de incentivar la presentación de liquidación de cuota de fomento panelero.
- Capacitaciones a la policía para la revisión de la etiqueta en carretera y establecimientos comerciales

RECAUDO PRIMER TRIMESTRE 2025:

Se presenta la ejecución final de recaudo de la cuota de fomento panelero de los meses de enero y febrero de 2025:

EJECUCION I TRIMESTRE 2025			
RECAUDO	2024	2025	INCR. %
ENERO	\$ 420.862.449	\$ 463.803.181	10.20%
FEBRERO	\$ 470.663.774	\$ 463.369.027	-1.55%
TOTALES	\$ 891.526.223	\$ 927.172.208	4,0%

OBSERVACIONES PRELIMINARES 2025:

- El incremento en el precio del rollo.
- Poca oferta de panela en Antioquia, zona de Villeta y Hoya del rio Suarez.
- Poca oferta de mano de obra en algunos municipios de los Departamentos.
- Cobertura zonal en departamentos Recaudo.

Se presenta el comparativo mensual en el comportamiento de consumo de rollos entre los meses de enero y febrero de los años 2023 y 2024:

COMPARATIVO CONSUMO DE ROLLOS PLATAFORMA				
DEPARTAMENTO	ene-24	ene-25	feb-24	feb-25
BOYACA	500	749	798	510
ANTIOQUIA	611	313	411	441
CUNDINAMARCA	443	523	374	528
VALLE	516	531	447	495
SANTANDER/RIO	250	258	235	141
SOCORRO	110	74	210	118
VILLETa	161	101	148	93
HUILA	147	120	165	149
NARIÑO	258	309	358	339
TOLIMA	99	89	115	102

CAUCA	100	115	98	186
CALDAS	120	82	121	90
RISARALDA	73	81	97	68
SANTANDER	87	47	123	12
SANTANDERNORTE	36	37	54	22
QUINDIO	7	9	7	13
TOTAL	3518	3438	3761	3307

Información general: El precio del rollo de etiqueta se calcula semestralmente teniendo en cuenta el precio de resolución emitida por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y el promedio ponderado de kilos de embalaje que se maneja en cada departamento.

Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural. Artículo 2.10.3.5.4. Obligados al recaudo. Parágrafo 4. Para efectos de garantizar el adecuado control del recaudo de la cuota, a cada unidad mayor de empaque de cinco (5) kilogramos se colocará una etiqueta equivalente al pago por los kilos que contenga.

Las estrategias a implementar en el año 2025 y que se iniciaron en el I trimestre son:

- Plan notificaciones grandes –medianas – pequeñas superficies
- Plan piloto de recaudo zonas priorizadas.
- Investigaciones de productores, comercializadores, procesadoras (en proceso).
- Operativos control.
- Plan de capacitaciones.
- Validación pagos plataforma – seguimientos recaudadores.
- Revisiones contables con auditoría interna.

PROGRAMA ASISTENCIA TÉCNICA GESTIÓN 2024

Presentación a cargo del Director Técnico, Ing. Cristian Marín Ospina.

Objetivo: Fortalecer los procesos productivos, agroempresariales y comerciales de los productores paneleros mediante la capacitación y el acompañamiento técnico.

Recursos: Presupuesto del programa de AT del año 2024: \$1.686.054.000, ejecución año 100%.

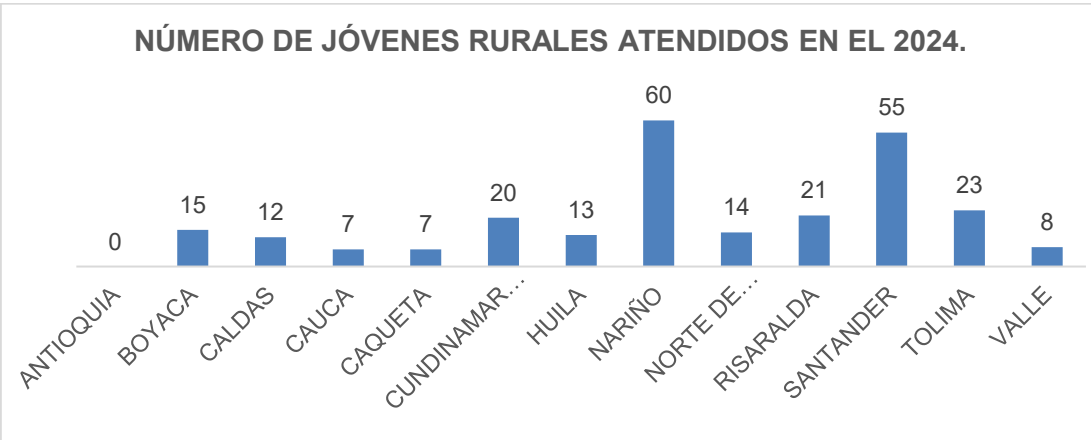
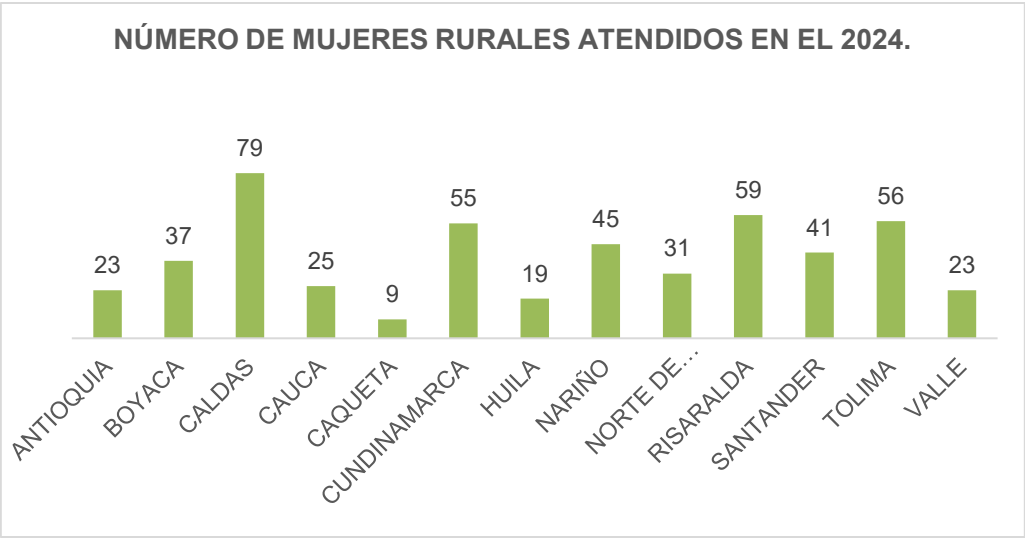
PND “Colombia Potencia Mundial De La Vida”

Eje 3: Derecho humano a la alimentación

IMPACTOS DESTACADOS AÑO 2024:

Actividad realizada	IMPACTOS			
	Impacto económico	Impacto ambiental	Impacto Productivo	Impacto Social
Monitoreo de plagas en 600 Has.	Reducción del 90% en los costos asociados al manejo de plagas	Eliminación de aplicaciones químicas	Incrementar la producción en al menos 1 Tn/Ha e igualmente mejorar calidad de la panela	Manejo de buenas prácticas en la producción de panela en la zona
Atención a 502 mujeres rurales y 255 jóvenes paneleros	Mayor empoderamiento económico de las mujeres y jóvenes, como mínimo con ideas de emprendimiento	Manejo adecuado de los recursos naturales	Oportunidad de nuevos mercados nacionales e internacionales	Mujeres y jóvenes paneleros capacitados en temas de herramientas y habilidades socioemocionales
Atención a población panelera 177 afro e indígenas.	Mayores ingresos	Disminución en el uso de herbicidas y fertilizantes químicos gracias a la adopción de buenas prácticas	Mayor productividad de la actividad panelera	Inclusión de la población indígena en el programa de AT
Apoyo y acompañamiento día del campesino (panelero) municipio e Isnos, en el marco del fortalecimiento agrícola, y seguimiento en los componentes agronómicos y B.P.A a 28 veredas.	Mejores ingresos económicos y un precio justo para los productores	Dar un buen uso evitando la quema de llantas y madera, mediante la tala de bosque y demás	Que las utilidades de esta actividad productiva mejoren sus condiciones y rendimiento en sus cultivos	Beneficia 4.150 familias paneleras que hacen parte de este renglón productivo

Actividad realizada	IMPACTOS			
	Impacto económico	Impacto ambiental	Impacto Productivo	Impacto Social
Capacitación sobre responsabilidad y bienestar animal	Disminución del 20% en costos de transporte de caña	Cumplimiento de política pública para el bienestar animal.	Mayor rendimiento en actividades de transporte de caña	500 productores beneficiados con brigadas de bienestar animal para sus equinos de labor
Liberaciones biológicas en 150 Has.	Reducción del 98% los costos asociados a manejo de plagas (plaguicidas + mano de obra). Incrementar 100kg de panela Ha	Eliminación total del riesgo de intoxicación a otras especies de fauna asociada a los ecosistemas de cañaduzales, lo que favorece al equilibrio biológico.	Incrementar los rendimientos 0.5 TPH, es decir, 195 toneladas de panela en el área impactada.	Adopción de buenas prácticas agrícolas y protección al medio ambiente.
Incremento en venta de panela pulverizada a granel	Venta de 6 toneladas de panela pulverizada por valor de \$27.000.000	Se oferta al consumidor un producto natural sin químicos ni conservantes	Incremento en volúmenes de producción de panela con diversificación en la presentación.	Se mejorar los ingresos de las familias involucrada en el proceso productivo.
Acompañamiento y apoyo a 80 productores y en alianzas productivas de Agroempresas	Mejorar ingresos por mayores oportunidades de mercados	Manejo adecuado de residuos	Optimización de la productividad	Transferencia técnica demostrativa en la zona



CALIDAD, DESARROLLO DE PRODUCTO Y VALOR AGREGADO

Actividades representativas:

Acompañamiento técnico en central de mieles de Quipile (Cundinamarca), para el análisis de variables que permiten obtener una panela de calidad para exportación.

Proyecto de licores Pueblo Bello (Cesar). Asesoría en cotización, selección y pruebas de funcionamientos de equipos; diseño de fichas técnicas y diagramas de flujo del proceso.

Diseño y creación del módulo de formación en la caracterización de propiedades organolépticas y fisicoquímicas de la panela y mieles .

Acompañamiento técnico a Panela La Pajaleña, en Monquirá (Boyacá), para la elaboración de mieles estabilizadas a partir del proceso de inversión enzimático.

Se crea y actualiza el programa de control de proveedores y materias primas, para dar cumplimiento al plan de saneamiento de la resolución 779/2006 y resolución 2674/2013 para los trapiches paneleros.

Acompañamiento para la instalación de equipos de la planta de licores artesanales de la asociación Seynekum en Pueblo Bello Cesar..

Capacitación en fermentación y destilación para la producción de licores artesanales, a los operarios encargados de la planta de licor de Seynekum Pueblo Bello, Cesar.

Acompañamiento para el cumplimiento del decreto 1686 de 2012, a las plantas de licores de Santana de los productores Rodolfo Peña y Francisco Ruiz.

Se crea programa de formación de licores artesanales con el objetivo de lograr una formación al personal idóneo en elaborar licor a partir de mieles y jugos de caña proveniente de trapiches de economía campesina.

PROGRAMA ASISTENCIA TÉCNICA PRIMER TRIMESTRE 2025

Objetivo: Fortalecer los procesos productivos, agroempresariales y comerciales de los productores paneleros mediante la capacitación y el acompañamiento técnico.

PND “Colombia Potencia Mundial De La Vida”
Eje 3: Derecho humano a la alimentación

PRESUPUESTO PROGRAMA ASISTENCIA TÉCNICA 2025	PRESUPUESTO I TRIMESTRE	EJECUCIÓN ACUMULADA
\$ 1.903.267.278	\$ 433.118.038	23%

Ejecución financiera 100% y Técnica 100%

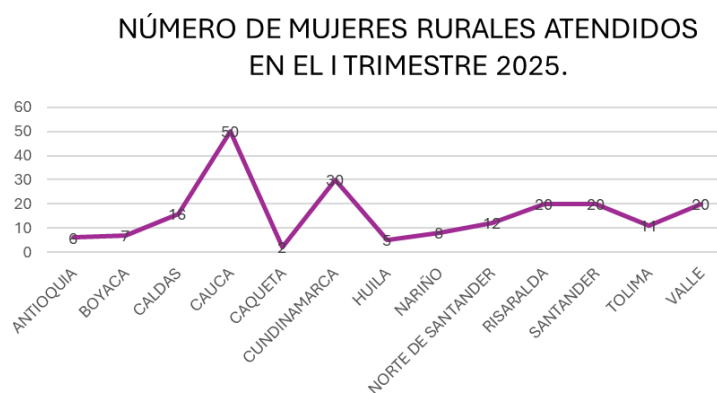
Actividades realizadas en el I Trimestre del año 2025:

Ejecución del 100% del POA programado para el I Trimestre del año 2025
13 Departamentos directos
7 Departamentos indirectos
710 productores atendidos
337 Ups visitados
115UPs Caracterizadas

IMPACTOS DESTACADOS I TRIMESTRE 2025

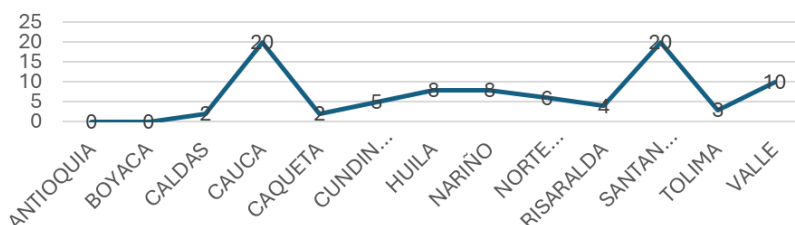


A continuación se presentan algunos indicadores de la gestión:



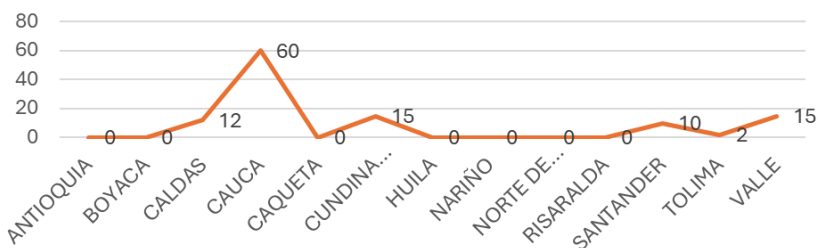
*207 mujeres rurales atendidas en el I Trimestre del 2025 que equivale al 29%

NÚMERO DE JÓVENES RURALES ATENDIDOS EN EL I TRIMESTRE DEL 2025.



*88 jóvenes rurales atendidos en el I Trimestre del 2025 que equivale al 12%

NÚMERO DE INDÍGENAS ATENDIDOS EN EL I TRIMESTRE DEL 2025.



*114 Indígenas atendidos en el I Trimestre del 2025 que equivale al 16%

IMPACTOS DESTACADOS I TRIMESTRE 2025 EN EL CATATUMBO.

Actividades representativas:

En el primer trimestre se ejecutó presupuestalmente un valor de \$21.815.096 este valor consta de honorarios del equipo profesional, capacitaciones grupales, días de campo, reuniones interinstitucionales entre otros.

Acompañamiento técnico a 73 productores en los municipios de Sardinata, convención, Teorama en Norte de Santander y González en el Cesar.

Acompañamientos a 22 mujeres rurales y 10 jóvenes rurales con el fin de fortalecer su vínculo asociativo y mejoran sus habilidades socio productivas

Reducción en los costos de producción entre un 3% y 5% gracias a la eliminación de la intermediación en la cadena de insumos para la actividad panelera a través de la Cooperativa COOINCAPRO, en el caso del embalaje para panela se logra el reajuste del incremento del precio del cartón a precio del año pasado por la crisis de orden público de la zona

Acompañamiento a 4 organizaciones en la comercialización de 12 toneladas de panela al mes en mercados formales en donde se mejoran los ingresos en un 10% de los productores propietarios de la panela

Una evaluación productiva adelantada en donde se logra identificar los rendimientos de cultivos y de infraestructura productiva instalada.

Metas I trimestre CALIDAD

- Seguimiento de encadenamiento productivos: Acompañamiento técnico a la central de mieles de la empresa NATURE'S CANE en el municipio de Palmira (Valle de Cauca).
- Creación de textos sugeridos para implementación de programa de capacitaciones en plantas de producción de bebidas alcohólicas según el Decreto 1686 de 2012 y el Decreto 162 de 2021: Se realiza Programa de capacitación, para la implementación del plan de saneamiento del decreto 1686 de 2012.
- Seguimiento a plantas productoras de licor artesanales: Acompañamiento para el cumplimiento del decreto 1686 de 2012, a las plantas de licores de Los Placeres, El Arbol y Aromapaz.
- Capacitaciones en confitería con mieles y panela: Capacitación en productos de confitería para la asociación de mujeres de Ocamonte, Productores de Villeta y productores del Norte de Cauca.
- Creación de programa referente de producción de panela moldeada (primeros capítulos): En la creación del programa referente para la producción de panela en molde, se tratará la limpieza de los jugos.

LÍNEAS DE TRABAJO



Programas FFP

Caracterización de Trapiches 4330

NAMA Panela

Colombia Agroalimentaria Sostenible



Agencia nacional agroalimentaria
Gestión y acompañamiento a proyectos



228 casos de titulación de predios



Divulgación de la política de crédito agropecuario



Evaluación líneas de crédito y comportamiento del subsector

125 pólizas de seguro paramétrico en Caldas



Socialización del Plan de Ordenamiento de la Producción



Memorando de entendimiento aspectos fitosanitarios del cultivo de caña en zonas paneleras



Transferencia de tecnología
Programa de semilleros



Transporte

Actualización inventario vial.



CCL 386 productores, mesa sectorial.



Invima te acompaña, revisión normativa.



Unidad para las Víctimas

Acompañamiento procesos de reparación.

PROGRAMA SISTEMAS DE INFORMACIÓN PANELERO GESTIÓN 2024 – I TRIMESTRE 2025

Presentación a cargo del Sr. Mauricio Angel.

PROGRAMA (SISTEMAS DE INFORMACIÓN)

INTRODUCCIÓN

Para el año 2024 se enfocaron las acciones principalmente a dar continuidad al sistema de precios al productor, con la actualización semanal, mensual e histórica de los precios registrados para panelas corrientes y especiales en los departamentos de interés, así como el registro del precio del producto mayorista y el precio en grandes superficies.

De otra parte, se consolidaron los datos proyectados de las áreas, producción y rendimiento de 2023, de las cuales se generaron los mapas departamentales y municipales para cada región teniendo en consideración los departamentos paneleros, todos estos mapas se encuentran en formato pdf y de manera interactiva en la plataforma del SIPA (Sistema de Información Panelero).

De otro lado, se continuó el apoyo a asistencia técnica con la inspección y revisión de los polígonos e información registrada en la plataforma SIPA revisando su nomenclatura y georreferenciación. Finalmente, se continuó con el fortalecimiento del Sistema de Gestión Documental y el Sistemas de Protección de Datos Personales del FFP.

DESARROLLO DE ACTIVIDADES DEL PROGRAMA ACTUALIZACIÓN CONSTANTE DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE PRECIOS y PAGINA WEB SIPA.

Semanalmente se realizó la recolección de precios para panelas corrientes y especiales en las plazas de mercado del país para 2024, por parte del personal de asistencia técnica, con el fin de generar los boletines semanales correspondientes tanto para redes sociales e interesados y posterior difusión en la página web del SIPA.

De acuerdo con los datos recolectados, el comportamiento semanal de los precios iniciando el año presentó una tendencia estable en los precios, con subidas y bajadas en el primer trimestre del año. A partir de la primera semana de mayo comenzó una tendencia al alza con un precio de \$ 3.464 que continuó hasta la finalización del año, en el que el precio cerró en \$4.768, tal y como se observa en la gráfica 1.

Durante el año 2024, el precio experimentó una variación al alza significativa. Se inició con una tendencia de subidas y bajadas no muy marcadas, alcanzando el precio más bajo del año en la cuarta semana de marzo. Sin embargo, a partir de entonces, se observó una marcada tendencia al alza, que tuvo una caída en las últimas dos semanas de abril, luego de lo cual la tendencia continuó al alza hasta finalizar el año con el pico más alto registrado. Entre septiembre y diciembre se observó la variación más alta de precios, registrando una variación en los precios semanales entre \$3.820 y \$4.768.

En cuanto al promedio anual del precio productor para panelas corrientes, este se ubicó en \$3.718, menor en comparación con los precios registrados a final de año, debido a que los precios de inicio de año fueron compensaron el alza registrada especialmente en el último trimestre del año.

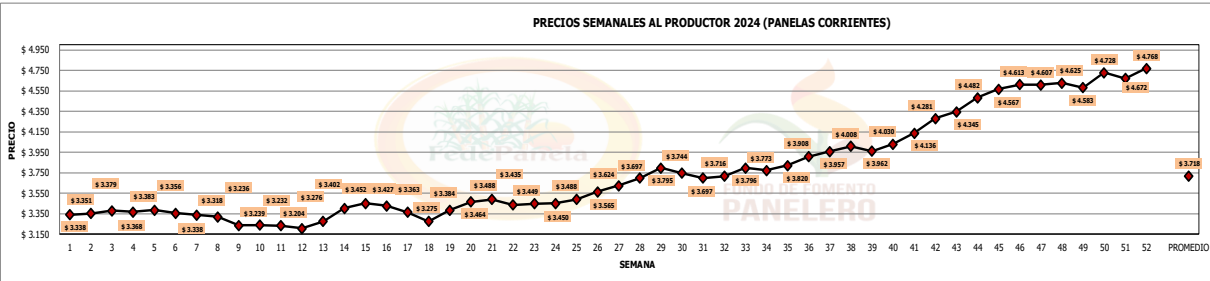
Las regiones que presentaron los precios más altos durante el año fueron predominantemente Risaralda y Valle, aunque en algunas semanas del segundo semestre Boyacá, Cundinamarca, Huila y Norte de Santander, registraron el precio más alto del país en sus departamentos. Por otra parte, los precios más bajos se presentaron en Antioquia, Boyacá, Huila, Norte de Santander y Santander durante el primer semestre y predominantemente en Cauca y Antioquia para el segundo semestre del año, tal y como se observa en la Gráfica 1.

MESES	ENERO				FEBRERO				MARZO			
DEPARTAMENTO	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ANTIOQUIA	\$ 3.217	\$ 3.170	\$ 3.283	\$ 3.150	\$ 2.967	\$ 2.933	\$ 2.833	\$ 2.833	\$ 2.833	\$ 2.833	\$ 2.967	\$ 3.167
BOYACÁ	\$ 2.900	\$ 2.850	\$ 3.000	\$ 2.900	\$ 3.050	\$ 3.050	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 2.900	\$ 2.750	\$ 2.750	\$ 2.800
CALDAS	\$ 3.540	\$ 3.507	\$ 3.413	\$ 3.313	\$ 3.421	\$ 3.249	\$ 3.168	\$ 3.193	\$ 3.169	\$ 3.210	\$ 3.234	\$ 3.237
CAQUETÁ	\$ 3.346	\$ 3.348	\$ 3.356	\$ 3.360	\$ 3.358	\$ 3.360	\$ 3.370	\$ 3.378	\$ 3.386	\$ 3.394	\$ 3.404	\$ 3.410
CAUCA	\$ 2.700	\$ 3.033	\$ 3.100	\$ 3.050	\$ 2.908	\$ 3.066	\$ 3.175	\$ 3.067	\$ 2.842	\$ 2.933	\$ 3.242	\$ 3.354
CUNDINAMARCA	\$ 2.980	\$ 2.880	\$ 3.028	\$ 3.089	\$ 3.194	\$ 3.165	\$ 3.225	\$ 3.090	\$ 2.983	\$ 2.928	\$ 2.925	\$ 2.813
HUILA	\$ 2.866	\$ 2.900	\$ 2.900	\$ 2.858	\$ 2.766	\$ 2.800	\$ 2.800	\$ 2.800	\$ 2.758	\$ 2.775	\$ 2.775	\$ 2.833
NARIÑO	\$ 3.223	\$ 3.294	\$ 3.267	\$ 3.357	\$ 3.286	\$ 3.164	\$ 3.157	\$ 3.164	\$ 3.100	\$ 3.167	\$ 3.100	\$ 3.043
N SANTANDER	\$ 3.325	\$ 3.425	\$ 3.425	\$ 3.375	\$ 3.425	\$ 3.325	\$ 3.275	\$ 3.225	\$ 3.025	\$ 2.925	\$ 2.725	\$ 2.717
RISARALDA	\$ 3.905	\$ 3.902	\$ 3.902	\$ 3.940	\$ 4.012	\$ 4.071	\$ 3.887	\$ 4.048	\$ 3.993	\$ 4.025	\$ 4.025	\$ 3.889
SANTANDER	\$ 3.017	\$ 2.933	\$ 2.983	\$ 3.000	\$ 3.133	\$ 3.133	\$ 3.133	\$ 3.017	\$ 2.867	\$ 2.833	\$ 2.783	\$ 2.783
TOLIMA	\$ 3.063	\$ 3.013	\$ 3.013	\$ 2.943	\$ 2.928	\$ 3.063	\$ 3.028	\$ 2.893	\$ 2.978	\$ 3.063	\$ 3.028	\$ 2.928
VALLE	\$ 3.939	\$ 3.932	\$ 3.932	\$ 3.920	\$ 3.932	\$ 3.909	\$ 3.943	\$ 3.947	\$ 3.917	\$ 3.928	\$ 3.920	\$ 3.917
PROMEDIO NACIONAL	\$ 3.338	\$ 3.351	\$ 3.379	\$ 3.368	\$ 3.383	\$ 3.356	\$ 3.338	\$ 3.318	\$ 3.236	\$ 3.239	\$ 3.232	\$ 3.204

MESES	ABRIL					MAYO				JUNIO			
DEPARTAMENTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
ANTIOQUIA	\$ 3.117	\$ 2.933	\$ 3.033	\$ 2.867	\$ 2.900	\$ 2.867	\$ 3.000	\$ 2.933	\$ 2.833	\$ 3.000	\$ 3.100	\$ 3.067	\$ 2.783
BOYACÁ	\$ 2.950	\$ 2.750	\$ 2.950	\$ 2.950	\$ 2.950	\$ 2.850	\$ 2.900	\$ 2.850	\$ 2.800	\$ 2.900	\$ 2.950	\$ 2.950	\$ 3.200
CALDAS	\$ 3.254	\$ 3.259	\$ 3.300	\$ 3.444	\$ 3.504	\$ 3.482	\$ 3.464	\$ 3.459	\$ 3.452	\$ 3.475	\$ 3.504	\$ 3.487	\$ 3.446
CAQUETÁ	\$ 3.420	\$ 3.430	\$ 3.440	\$ 3.430	\$ 3.530	\$ 3.490	\$ 3.530	\$ 3.562	\$ 3.612	\$ 3.638	\$ 3.610	\$ 3.646	\$ 3.696
CAUCA	\$ 3.350	\$ 3.533	\$ 3.767	\$ 3.592	\$ 3.417	\$ 3.283	\$ 3.293	\$ 3.875	\$ 4.175	\$ 3.480	\$ 3.322	\$ 3.392	\$ 3.508
CUNDINAMARCA	\$ 2.945	\$ 3.286	\$ 3.336	\$ 3.350	\$ 3.036	\$ 2.994	\$ 2.985	\$ 2.961	\$ 2.960	\$ 2.875	\$ 2.930	\$ 2.964	\$ 3.105
HUILA	\$ 2.875	\$ 3.133	\$ 3.200	\$ 3.183	\$ 3.150	\$ 3.108	\$ 3.016	\$ 3.316	\$ 3.383	\$ 3.516	\$ 3.616	\$ 3.616	\$ 3.600
NARIÑO	\$ 3.067	\$ 3.100	\$ 3.100	\$ 3.100	\$ 3.100	\$ 3.100	\$ 3.167	\$ 3.133	\$ 3.267	\$ 3.217	\$ 3.133	\$ 3.167	\$ 3.200
N SANTANDER	\$ 2.975	\$ 3.325	\$ 3.275	\$ 3.075	\$ 2.875	\$ 2.775	\$ 2.825	\$ 2.825	\$ 2.825	\$ 2.825	\$ 2.925	\$ 2.975	\$ 3.175
RISARALDA	\$ 3.854	\$ 3.889	\$ 4.028	\$ 4.083	\$ 4.135	\$ 4.135	\$ 4.097	\$ 4.222	\$ 4.215	\$ 4.125	\$ 4.181	\$ 4.083	\$ 4.104
SANTANDER	\$ 2.867	\$ 2.833	\$ 2.917	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 2.900	\$ 2.867	\$ 2.917	\$ 2.900	\$ 2.967	\$ 2.967	\$ 2.967	\$ 3.083
TOLIMA	\$ 3.028	\$ 3.078	\$ 3.128	\$ 3.250	\$ 3.000	\$ 3.100	\$ 3.100	\$ 3.200	\$ 3.200	\$ 3.050	\$ 3.100	\$ 3.130	\$ 3.165
VALLE	\$ 3.920	\$ 4.015	\$ 4.011	\$ 4.030	\$ 4.042	\$ 4.091	\$ 4.110	\$ 4.114	\$ 4.091	\$ 4.098	\$ 4.091	\$ 4.098	\$ 4.023
PROMEDIO NACIONAL	\$ 3.276	\$ 3.402	\$ 3.452	\$ 3.427	\$ 3.363	\$ 3.275	\$ 3.384	\$ 3.464	\$ 3.488	\$ 3.435	\$ 3.449	\$ 3.450	\$ 3.488

MESES	JULIO					AGOSTO				SEPTIEMBRE			
DEPARTAMENTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
ANTIOQUIA	\$ 3.100	\$ 3.067	\$ 3.167	\$ 3.307	\$ 3.217	\$ 3.300	\$ 3.250	\$ 3.307	\$ 3.340	\$ 3.440	\$ 3.650	\$ 3.433	\$ 3.193
BOYACÁ	\$ 3.450	\$ 3.583	\$ 3.750	\$ 3.700	\$ 3.700	\$ 3.700	\$ 3.650	\$ 3.750	\$ 3.900	\$ 3.950	\$ 4.050	\$ 4.150	\$ 4.400
CALDAS	\$ 3.440	\$ 3.493	\$ 3.493	\$ 3.597	\$ 3.582	\$ 3.613	\$ 3.584	\$ 3.780	\$ 3.790	\$ 3.828	\$ 3.992	\$ 4.039	\$ 4.039
CAQUETÁ	\$ 3.738	\$ 3.768	\$ 3.828	\$ 3.898	\$ 3.928	\$ 3.968	\$ 3.948	\$ 4.170	\$ 3.966	\$ 3.950	\$ 3.990	\$ 3.992	\$ 4.012
CAUCA	\$ 3.617	\$ 3.733	\$ 3.828	\$ 3.727	\$ 3.350	\$ 2.958	\$ 2.925	\$ 3.150	\$ 3.083	\$ 3.083	\$ 3.033	\$ 3.159	\$ 3.316
CUNDINAMARCA	\$ 3.140	\$ 3.300	\$ 3.390	\$ 3.561	\$ 3.583	\$ 3.300	\$ 3.206	\$ 3.281	\$ 3.344	\$ 3.550	\$ 3.700	\$ 3.738	\$ 3.800
HUILA	\$ 3.667	\$ 4.150	\$ 4.350	\$ 4.250	\$ 3.733	\$ 3.616	\$ 3.808	\$ 3.975	\$ 3.792	\$ 3.742	\$ 3.950	\$ 4.066	\$ 4.091
NARIÑO	\$ 3.350	\$ 3.400	\$ 3.400	\$ 3.650	\$ 3.633	\$ 3.533	\$ 3.617	\$ 3.700	\$ 3.667	\$ 3.629	\$ 3.633	\$ 3.667	\$ 3.650
N SANTANDER	\$ 3.375	\$ 3.525	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.550	\$ 3.590	\$ 3.850	\$ 3.850	\$ 3.970	\$ 3.910	\$ 4.090	\$ 4.440	\$ 4.790
RISARALDA	\$ 4.111	\$ 4.111	\$ 4.181	\$ 4.181	\$ 4.347	\$ 4.361	\$ 4.326	\$ 4.340	\$ 4.292	\$ 4.340	\$ 4.375	\$ 4.375	\$ 4.375
SANTANDER	\$ 3.417	\$ 3.600	\$ 3.667	\$ 3.633	\$ 3.700	\$ 3.717	\$ 3.717	\$ 3.783	\$ 3.867	\$ 3.900	\$ 4.100	\$ 4.200	\$ 4.433
TOLIMA	\$ 3.165	\$ 3.315	\$ 3.400	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.675	\$ 3.556	\$ 3.641	\$ 3.675	\$ 3.575	\$ 3.675	\$ 3.760	\$ 3.945
VALLE	\$ 4.023	\$ 4.068	\$ 4.106	\$ 4.106	\$ 4.087	\$ 4.158	\$ 4.216	\$ 4.223	\$ 4.227	\$ 4.242	\$ 4.205	\$ 4.212	\$ 4.205
PROMEDIO NACIONAL	\$ 3.565	\$ 3.624	\$ 3.697	\$ 3.795	\$ 3.744	\$ 3.697	\$ 3.716	\$ 3.796	\$ 3.773	\$ 3.820	\$ 3.908	\$ 3.957	\$ 4.008

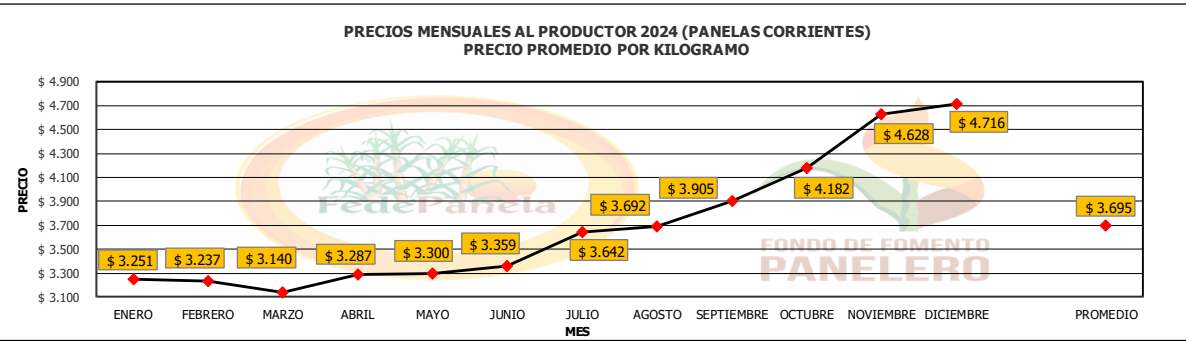
MESES	OCTUBRE					NOVIEMBRE				DICIEMBRE					Variación	PROMEDIO ANUAL
DEPARTAMENTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5		
ANTIOQUIA	\$ 3.293	\$ 3.367	\$ 3.650	\$ 3.900	\$ 3.933	\$ 3.867	\$ 3.967	\$ 4.067	\$ 4.533	\$ 4.633	\$ 4.667	\$ 4.733	\$ 4.667	\$ 4.733	▲\$ 67	\$ 3.373
BOYACÁ	\$ 4.400	\$ 4.400	\$ 4.600	\$ 4.700	\$ 5.000	\$ 5.050	\$ 5.300	\$ 5.200	\$ 5.250	\$ 5.100	\$ 5.100	\$ 5.250	\$ 5.300	\$ 5.150	▼\$ 150	\$ 3.701
CALDAS	\$ 4.188	\$ 4.392	\$ 4.496	\$ 4.580	\$ 4.580	\$ 4.762	\$ 4.854	\$ 4.859	\$ 4.750	\$ 4.842	\$ 4.815	\$ 4.815	\$ 4.836	\$ 4.926	▲\$ 89	\$ 3.811
CAQUETÁ	\$ 4.013	\$ 4.012	\$ 4.030	\$ 4.080	\$ 4.114	\$ 4.134	\$ 4.144	\$ 4.246	\$ 4.324	\$ 4.334	\$ 4.376	\$ 4.412	\$ 4.422	\$ 4.452	▲\$ 30	\$ 3.784
CAUCA	\$ 3.292	\$ 3.408	\$ 3.466	\$ 3.550	\$ 3.550	\$ 3.675	\$ 3.692	\$ 3.750	\$ 3.775	\$ 3.783	\$ 3.667	\$ 3.841	\$ 3.908	\$ 4.075	▲\$ 167	\$ 3.401
CUNDINAMARCA	\$ 3.450	\$ 3.563	\$ 3.775	\$ 3.977	\$ 4.156	\$ 4.579	\$ 4.665	\$ 4.715	\$ 4.685	\$ 4.725	\$ 4.665	\$ 4.915	\$ 5.022	\$ 5.345	▲\$ 323	\$ 3.522
HUILA	\$ 3.975	\$ 4.066	\$ 4.500	\$ 4.833	\$ 4.566	\$ 4.650	\$ 4.733	\$ 4.716	\$ 4.750	\$ 4.671	\$ 4.641	\$ 4.675	\$ 4.674	\$ 4.691	▲\$ 17	\$ 3.690
NARIÑO	\$ 3.650	\$ 3.650	\$ 3.533	\$ 3.783	\$ 3.933	\$ 3.978	\$ 4.000	\$ 4.060	\$ 4.200	\$ 4.333	\$ 4.300	\$ 4.444	\$ 4.444	\$ 4.444	→\$ -	\$ 3.518
N SANTANDER	\$ 4.670	\$ 4.560	\$ 4.560	\$ 4.850	\$ 4.910	\$ 5.260	\$ 5.500	\$ 5.670	\$ 5.370	\$ 5.370	\$ 5.030	\$ 4.970	\$ 5.030	\$ 5.150	▲\$ 120	\$ 3.802
RISARALDA	\$ 4.389	\$ 4.583	\$ 4.722	\$ 4.722	\$ 4.896	\$ 5.035	\$ 5.174	\$ 5.278	\$ 5.243	\$ 5.139	\$ 5.174	\$ 5.083	\$ 5.035	\$ 4.965	▼\$ 69	\$ 4.344
SANTANDER	\$ 4.433	\$ 4.517	\$ 4.700	\$ 4.767	\$ 4.850	\$ 5.067	\$ 5.167	\$ 5.167	\$ 5.233	\$ 5.233	\$ 5.033	\$ 5.033	\$ 5.133	\$ 5.133	→\$ -	\$ 3.712
TOLIMA	\$ 3.710	\$ 3.810	\$ 4.014	\$ 4.164	\$ 4.268	\$ 4.475	\$ 4.757	\$ 4.627	\$ 4.361	\$ 4.427	\$ 4.577	\$ 4.966	\$ 4.646	\$ 4.931	▲\$ 285	\$ 3.550
VALLE	\$ 4.205	\$ 4.212	\$ 4.205	\$ 4.348	\$ 4.348	\$ 4.341	\$ 4.348	\$ 4.348	\$ 4.321	\$ 4.321	\$ 4.321	\$ 4.321	\$ 4.359	\$ 4.359	→\$ -	\$ 4.121
PROMEDIO NACIONAL	\$ 3.962	\$ 4.030	\$ 4.136	\$ 4.281	\$ 4.345	\$ 4.482	\$ 4.567	\$ 4.613	\$ 4.607	\$ 4.625	\$ 4.583	\$ 4.728	\$ 4.672	\$ 4.768	▲\$ 96	\$ 3.718



FUENTE : Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística certificada por el DANE N° CI 041 - 192 de 31 de diciembre de 2014

Por otra parte, del análisis del comportamiento del consolidado de los precios mensuales, se observa que en enero se registró un valor promedio de \$3.251 y finalizando la última semana de diciembre se registró un valor de \$ 4.716, esto representa un aumento del precio de 45,07% durante el año 2024, representado en la Gráfica 2.

Departamento	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	PROMEDIO
Antioquia	3.205	\$ 2.892	\$ 2.950	\$ 2.970	\$ 2.908	\$ 2.988	\$ 3.160	3.268	\$ 3.429	\$ 3.629	\$ 4.108	\$ 4.687	\$ 3.349
Boyacá	2.913	\$ 3.025	\$ 2.800	\$ 2.910	\$ 2.850	\$ 3.000	\$ 3.621	3.700	\$ 4.138	\$ 4.620	\$ 5.200	\$ 5.180	\$ 3.663
Caldas	3.443	\$ 3.258	\$ 3.212	\$ 3.352	\$ 3.464	\$ 3.478	\$ 3.506	3.640	\$ 3.975	\$ 4.447	\$ 4.806	\$ 4.847	\$ 3.786
Caquetá	3.353	\$ 3.367	\$ 3.399	\$ 3.450	\$ 3.549	\$ 3.648	\$ 3.808	4.004	\$ 3.986	\$ 4.050	\$ 4.212	\$ 4.399	\$ 3.769
Cauca	2.971	\$ 3.054	\$ 3.093	\$ 3.532	\$ 3.657	\$ 3.425	\$ 3.726	3.096	\$ 3.148	\$ 3.453	\$ 3.723	\$ 3.855	\$ 3.394
Cundinamarca	2.994	\$ 3.169	\$ 2.912	\$ 3.191	\$ 2.975	\$ 2.968	\$ 3.348	3.343	\$ 3.697	\$ 3.784	\$ 4.661	\$ 4.935	\$ 3.498
Huila	2.881	\$ 2.791	\$ 2.785	\$ 3.108	\$ 3.206	\$ 3.587	\$ 4.104	3.783	\$ 3.962	\$ 4.388	\$ 4.712	\$ 4.671	\$ 3.665
Nariño	3.285	\$ 3.193	\$ 3.102	\$ 3.093	\$ 3.167	\$ 3.296	\$ 3.450	3.621	\$ 3.645	\$ 3.710	\$ 4.059	\$ 4.393	\$ 3.501
N Santander	3.388	\$ 3.313	\$ 2.848	\$ 3.105	\$ 2.813	\$ 2.975	\$ 3.475	3.710	\$ 4.308	\$ 4.710	\$ 5.450	\$ 5.110	\$ 3.767
Risaralda	3.912	\$ 4.004	\$ 3.983	\$ 3.998	\$ 4.168	\$ 4.123	\$ 4.146	4.344	\$ 4.366	\$ 4.663	\$ 5.182	\$ 5.079	\$ 4.331
Santander	2.983	\$ 3.104	\$ 2.817	\$ 2.923	\$ 2.896	\$ 2.996	\$ 3.579	3.729	\$ 4.158	\$ 4.653	\$ 5.158	\$ 5.113	\$ 3.676
Tolima	3.008	\$ 2.978	\$ 2.999	\$ 3.097	\$ 3.150	\$ 3.111	\$ 3.345	3.593	\$ 3.739	\$ 3.993	\$ 4.555	\$ 4.709	\$ 3.523
Valle	3.931	\$ 3.933	\$ 3.920	\$ 4.004	\$ 4.101	\$ 4.078	\$ 4.076	4.171	\$ 4.216	\$ 4.264	\$ 4.340	\$ 4.336	\$ 4.114
Promedio Mes	\$ 3.251	\$ 3.237	\$ 3.140	\$ 3.287	\$ 3.300	\$ 3.359	\$ 3.642	\$ 3.692	\$ 3.905	\$ 4.182	\$ 4.628	\$ 4.716	\$ 3.695
PRECIO MAYOR													
PRECIO MENOR													



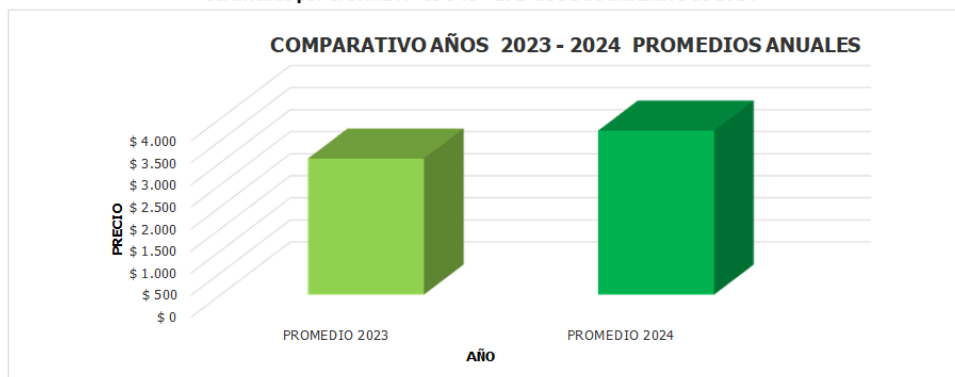
FUENTE : Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística certificada por el DANE N° CI 041 - 192 de 31 de diciembre de 2014

PRECIOS	MES	PROMEDIO SIMPLE	PROMEDIO PONDERADO
PRECIO MENOR	4 SEMANA MARZO	\$ 3.204	\$ 3.140
PRECIO MAYOR	5 SEMANA DE DICIEMBRE	\$ 4.768	\$4.716

Haciendo la comparación entre el año de 2023 y el 2024 se observa que los precios promedios anuales cierran con una variación considerable de \$632 que representa un aumento del 20.48% del precio entre 2023 y 2024, tal y como se observa en la Gráfica 3.

 COMPARATIVO ANUAL AÑOS 2023 - 2024 PRECIO PROMEDIO POR KILOGRAMO 					
SEMANA	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024	ÚLTIMO MES	VARIACIÓN (\$)	VARIACIÓN (%)
DEPARTAMENTO					
ANTIOQUIA	2.999	3.373	SUBIÓ	374	12,47
BOYACA	2.692	3.701	SUBIÓ	1.009	37,46
CALDAS	3.338	3.811	SUBIÓ	473	14,16
CAQUETA	3.204	3.784	SUBIÓ	580	18,10
CAUCA	2.795	3.401	SUBIÓ	606	21,69
CUNDINAMARCA	2.644	3.522	SUBIÓ	878	33,20
HUILA	2.968	3.690	SUBIÓ	721	24,30
NARIÑO	2.972	3.518	SUBIÓ	546	18,36
N SANTANDER	3.019	3.802	SUBIÓ	783	25,92
RISARALDA	3.928	4.344	SUBIÓ	416	10,59
SANTANDER	2.731	3.712	SUBIÓ	981	35,91
TOLIMA	3.023	3.550	SUBIÓ	526	17,41
VALLE	3.800	4.121	SUBIÓ	322	8,46
PROMEDIO NACIONAL	3.086	3.718	SUBIÓ	632	20,48

FUENTE : Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística certificada por el DANE N° CI 041 - 192 de 31 de diciembre de 2014



Al analizar los precios de panelas especiales (Granulada Pulverizada, Panelín y Pastilla) para los departamentos en los cuales se toma el precio semanal: Antioquia, Boyacá, Cundinamarca, Huila y Nariño se observa los siguiente:

Los precios más altos en lo que transcurrió de 2024 se reportaron en el departamento de Antioquia para el primer semestre y para el segundo semestre en Boyacá, por otro lado, los menores precios son reportados en el departamento Huila durante el primer semestre y en Nariño durante el segundo semestre. El mayor precio promedio a nivel nacional se presentó en la quinta semana de diciembre con un valor de \$5.118 y el menor precio de presentó en la cuarta semana de febrero con un valor de \$3.253. El precio promedio anual a nivel nacional cerró en \$3.870. La gráfica 4 presentada a continuación, ilustra para mejor comprensión los datos semanales promedios a nivel país, de estos tipos de panelas

MESES	Tipo de Panela	ENERO				FEBRERO				MARZO			
DEPARTAMENTO	\$/Kilo	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ANTIOQUIA	Panelin (125gr) y Granulada Pulverizada	\$ 3.733	\$ 3.630	\$ 3.750	\$ 3.630	\$ 3.633	\$ 3.567	\$ 3.571	\$ 3.567	\$ 3.617	\$ 3.583	\$ 3.733	\$ 3.767
BOYACÁ	Pastilla y Granulada Pulverizada	----	----	\$ 3.150	----	----	\$ 3.250	\$ 3.225	\$ 3.150	\$ 3.100	\$ 3.250	\$ 2.900	\$ 2.900
CUNDINAMARCA	Pastilla y Granulada Pulverizada	\$ 3.163	\$ 3.100	\$ 3.163	\$ 3.363	\$ 3.325	\$ 3.375	\$ 3.425	\$ 3.375	\$ 3.388	\$ 3.388	\$ 3.350	\$ 3.113
HUILA	Granulada Pulverizada	\$ 2.940	\$ 2.940	\$ 2.940	\$ 2.940	\$ 2.820	\$ 2.820	\$ 2.820	\$ 2.820	\$ 2.820	\$ 2.820	\$ 2.820	\$ 2.820
NARIÑO	Panelin (125gr)	\$ 3.200	\$ 3.300	\$ 3.200	\$ 3.300	\$ 3.200	----	\$ 3.150	----	\$ 3.000	\$ 3.150	\$ 3.000	\$ 3.250
PROMEDIO NACIONAL		\$ 3.318	\$ 3.374	\$ 3.306	\$ 3.334	\$ 3.275	\$ 3.266	\$ 3.284	\$ 3.253	\$ 3.262	\$ 3.267	\$ 3.283	\$ 3.253

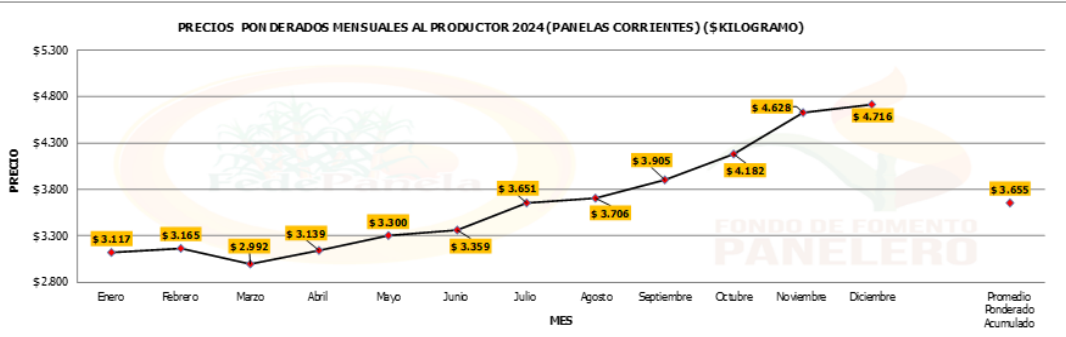
MESES	Tipo de Panela	ABRIL					MAYO				JUNIO			
DEPARTAMENTO	\$/Kilo	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
ANTIOQUIA	Panelin (125gr) y Granulada Pulverizada	\$ 3.725	\$ 3.700	\$ 3.700	\$ 3.683	\$ 3.700	\$ 3.667	\$ 3.725	\$ 3.698	\$ 3.658	\$ 3.742	\$ 3.750	\$ 3.767	\$ 3.767
BOYACÁ	Pastilla y Granulada Pulverizada	\$ 3.175	\$ 2.983	\$ 3.125	\$ 3.175	\$ 3.125	\$ 3.100	\$ 3.125	\$ 3.100	\$ 3.100	\$ 3.150	\$ 3.150	\$ 3.200	\$ 3.300
CUNDINAMARCA	Pastilla y Granulada Pulverizada	\$ 3.225	\$ 3.500	\$ 3.488	\$ 3.450	\$ 3.250	\$ 3.237	\$ 3.250	\$ 3.225	\$ 3.238	\$ 3.175	\$ 3.162	\$ 3.200	\$ 3.288
HUILA	Granulada Pulverizada	\$ 2.820	\$ 3.020	\$ 3.020	\$ 3.020	\$ 3.020	\$ 3.020	\$ 3.017	\$ 3.368	\$ 3.368	\$ 3.852	\$ 3.852	\$ 3.852	\$ 3.820
NARIÑO	Panelin (125gr)	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.200	\$ 3.150	\$ 3.300	\$ 3.200	\$ 3.100	\$ 3.100	\$ 3.100	\$ 3.150
PROMEDIO NACIONAL		\$ 3.261	\$ 3.329	\$ 3.361	\$ 3.353	\$ 3.308	\$ 3.292	\$ 3.311	\$ 3.402	\$ 3.402	\$ 3.551	\$ 3.545	\$ 3.564	\$ 3.606

MESES	Tipo de Panela	JULIO					AGOSTO				SEPTIEMBRE			
DEPARTAMENTO	\$/Kilo	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
ANTIOQUIA	Panelin (125gr) y Granulada Pulverizada	\$ 3.843	\$ 3.783	\$ 3.750	\$ 3.958	\$ 3.925	\$ 3.925	\$ 3.850	\$ 3.950	\$ 3.992	\$ 4.042	\$ 4.367	\$ 4.275	\$ 4.200
BOYACÁ	Pastilla y Granulada Pulverizada	\$ 3.600	\$ 3.650	\$ 3.950	\$ 3.850	\$ 3.950	\$ 3.825	\$ 3.900	\$ 3.850	\$ 3.850	\$ 4.050	\$ 4.100	\$ 4.300	\$ 4.550
CUNDINAMARCA	Pastilla y Granulada Pulverizada	\$ 3.300	\$ 3.375	\$ 3.538	\$ 3.775	\$ 3.775	\$ 3.438	\$ 3.488	\$ 3.538	\$ 3.550	\$ 3.788	\$ 3.988	\$ 4.250	\$ 4.150
HUILA	Granulada Pulverizada	\$ 3.820	\$ 3.920	\$ 4.104	\$ 4.104	\$ 3.840	\$ 3.780	\$ 3.820	\$ 3.820	\$ 4.020	\$ 3.920	\$ 4.020	\$ 4.120	\$ 4.120
NARIÑO	Panelin (125gr)	\$ 3.325	\$ 3.400	\$ 3.400	\$ 3.600	\$ 3.650	\$ 3.500	\$ 3.575	\$ 3.700	\$ 3.650	\$ 3.650	\$ 3.600	\$ 3.700	\$ 3.600
PROMEDIO NACIONAL		\$ 3.670	\$ 3.626	\$ 3.748	\$ 3.926	\$ 3.850	\$ 3.742	\$ 3.751	\$ 3.797	\$ 3.869	\$ 3.924	\$ 4.115	\$ 4.191	\$ 4.172

MESES	Tipo de Panela	OCTUBRE					NOVIEMBRE				DICIEMBRE					Variación	PROMEDIO ANUAL
DEPARTAMENTO	\$/Kilo	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5		
ANTIOQUIA	Panelin (125gr) y Granulada Pulverizada	\$ 4.233	\$ 4.283	\$ 4.433	\$ 4.700	\$ 4.733	\$ 4.700	\$ 4.767	\$ 4.850	\$ 5.050	\$ 5.067	\$ 5.067	\$ 5.100	\$ 5.067	\$ 5.117	▲\$ 50	\$ 4.069
BOYACÁ	Pastilla y Granulada Pulverizada	\$ 4.575	\$ 4.583	\$ 4.783	\$ 4.867	\$ 5.150	\$ 5.150	\$ 5.500	\$ 5.300	\$ 5.350	\$ 5.250	\$ 5.275	\$ 5.375	\$ 5.500	\$ 5.300	▲\$ 200	\$ 3.954
CUNDINAMARCA	Pastilla y Granulada Pulverizada	\$ 3.838	\$ 3.900	\$ 4.000	\$ 4.063	\$ 4.325	\$ 4.900	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 4.938	\$ 5.063	\$ 5.038	\$ 5.138	\$ 5.238	\$ 5.488	▲\$ 250	\$ 3.788
HUILA	Granulada Pulverizada	\$ 4.120	\$ 4.120	\$ 4.586	\$ 5.052	\$ 4.920	\$ 4.880	\$ 4.840	\$ 4.840	\$ 4.840	\$ 4.840	\$ 4.840	\$ 4.840	\$ 4.840	\$ 4.840	▲\$ -	\$ 3.749
NARIÑO	Panelin (125gr)	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.500	\$ 3.875	\$ 4.100	\$ 4.100	\$ 4.200	\$ 4.250	\$ 4.300	\$ 4.500	\$ 4.450	\$ 4.667	\$ 4.667	\$ 4.667	▲\$ -	\$ 3.543
PROMEDIO NACIONAL		\$ 4.117	\$ 4.171	\$ 4.389	\$ 4.641	\$ 4.674	\$ 4.811	\$ 4.853	\$ 4.874	\$ 4.935	\$ 4.992	\$ 4.986	\$ 5.024	\$ 5.068	\$ 5.118	▲\$ 50	\$ 3.870

De acuerdo con los valores ponderados presentados, el precio promedio ponderado acumulado fue de \$3.655 para 2024. A continuación, se presentan en la gráfica 5 los precios mensuales promedios ponderados para mejor comprensión junto con el promedio correspondiente.

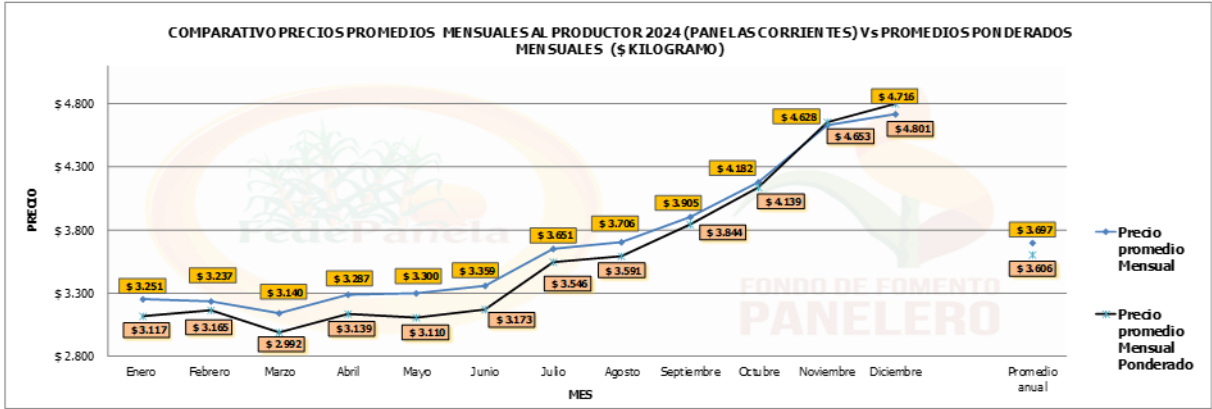
PRECIOS PROMEDIOS SEMANALES AL PRODUCTOR 2024 (PANELAS CORRIENTES)														
PROMEDIOS PONDERADOS (\$ KILOGRAMO)														
DEPARTAMENTO	PRODUCCIÓN POR DPTO. PROY. 2023	PESO PONDERADO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
PROVINCIALES	1.020.747	1	\$ 3.117	\$ 3.165	\$ 2.992	\$ 3.139	\$ 3.300	\$ 3.359	\$ 3.651	\$ 3.706	\$ 3.905	\$ 4.182	\$ 4.628	\$ 4.716
														Promedio Ponderado Acumulado
														\$ 3.655



FUENTE : Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística certificada por el DANE N° CI 041 - 192 de 31 de diciembre de 214

Gráfica 5. Precios Ponderados mensuales al Productor 2024 (Panelas Corrientes).

A continuación, en la Gráfica 6 se presenta el comparativo del precio promedio y el precio promedio ponderado mensual para todos los meses de 2024, denotando que el valor ponderado promedio se encuentra 2.47% por debajo del promedio mensual real tomado en campo.

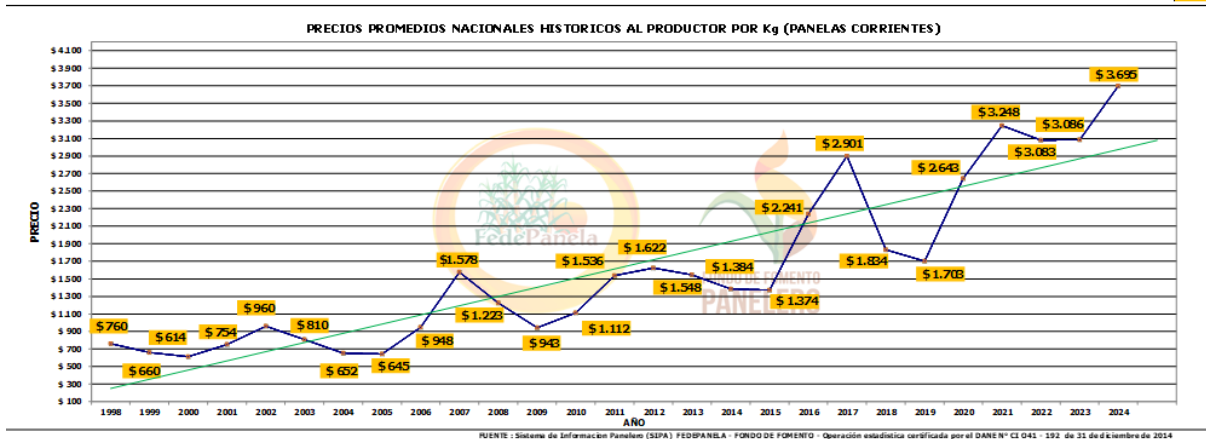


FUENTE : Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística certificada por el DANE N° CI 041 - 192 de 31 de diciembre de 214

Gráfica 6. Comparativo Precios Promedios Mensuales Al Productor 2024 (Panelas Corrientes) Vs Promedios Ponderados Mensuales (\$ Kilogramo).

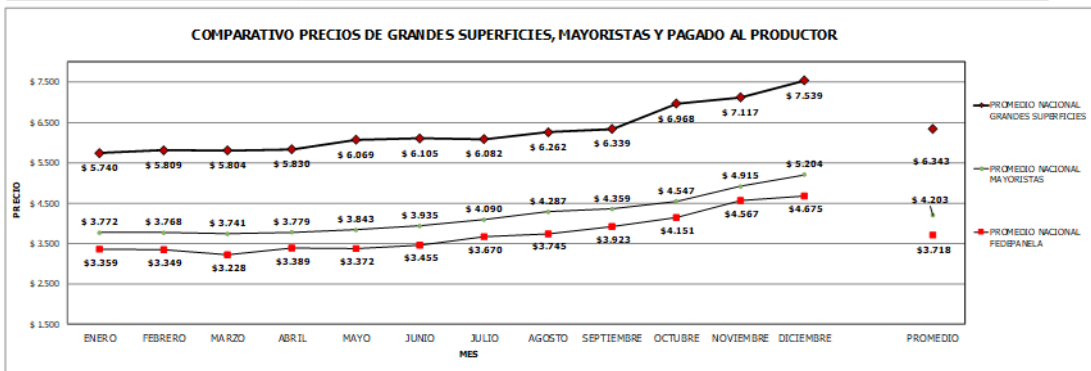
De acuerdo con el archivo histórico de precios de Fedepanela – Fondo de Fomento se observa que en el año 2024 los precios se ubicaron por encima del promedio del año 2023, en un porcentaje de 19.73% mayor, tal y como se observa en la Gráfica 7.

PRECIOS PROMEDIOS NACIONALES HISTORICOS AL PRODUCTOR POR Kg (PAÑELAS CORRIENTES)																											
AÑO	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
PRECIOS	\$ 760	\$ 660	\$ 614	\$ 754	\$ 960	\$ 810	\$ 652	\$ 645	\$ 948	\$1.578	\$ 1.223	\$ 943	\$ 1.112	\$ 1.536	\$ 1.622	\$ 1.548	\$ 1.384	\$ 1.374	\$ 2.241	\$ 2.901	\$ 1.834	\$ 1.703	\$ 2.643	\$ 3.248	\$ 3.083	\$ 3.695	
5 SEMANA DE DICIEMBRE																											



A continuación, en la gráfica 8, se muestra el gráfico comparativo del promedio mensual de los precios pagados al productor reportados semanalmente en la plataforma SIPA, junto con los precios mayoristas reportados por el SIPSA (DANE) y los precios reportados en las plataformas por grandes superficies y supermercados de bajo costo. De acuerdo con la información presentada, se evidencia una diferencia entre el precio registrado de grandes superficies y el precio pagado al productor de 70.63% para el promedio anual de 2024.

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	PROMEDIO
PROMEDIO NACIONAL GRANDES SUPERFICIES	\$ 5.740	\$ 5.809	\$ 5.804	\$ 5.830	\$ 6.069	\$ 6.105	\$ 6.082	\$ 6.262	\$ 6.339	\$ 6.968	\$ 7.117	\$ 7.539	\$ 6.343
PROMEDIO NACIONAL MAYORISTA S	\$ 3.772	\$ 3.768	\$ 3.741	\$ 3.779	\$ 3.843	\$ 3.935	\$ 4.090	\$ 4.287	\$ 4.359	\$ 4.547	\$ 4.567	\$ 4.675	\$ 4.203
PROMEDIO NACIONAL FEDEPAÑELA	\$ 3.359	\$ 3.349	\$ 3.228	\$ 3.389	\$ 3.372	\$ 3.455	\$ 3.670	\$ 3.745	\$ 3.923	\$ 4.151	\$ 4.567	\$ 4.675	\$ 3.718



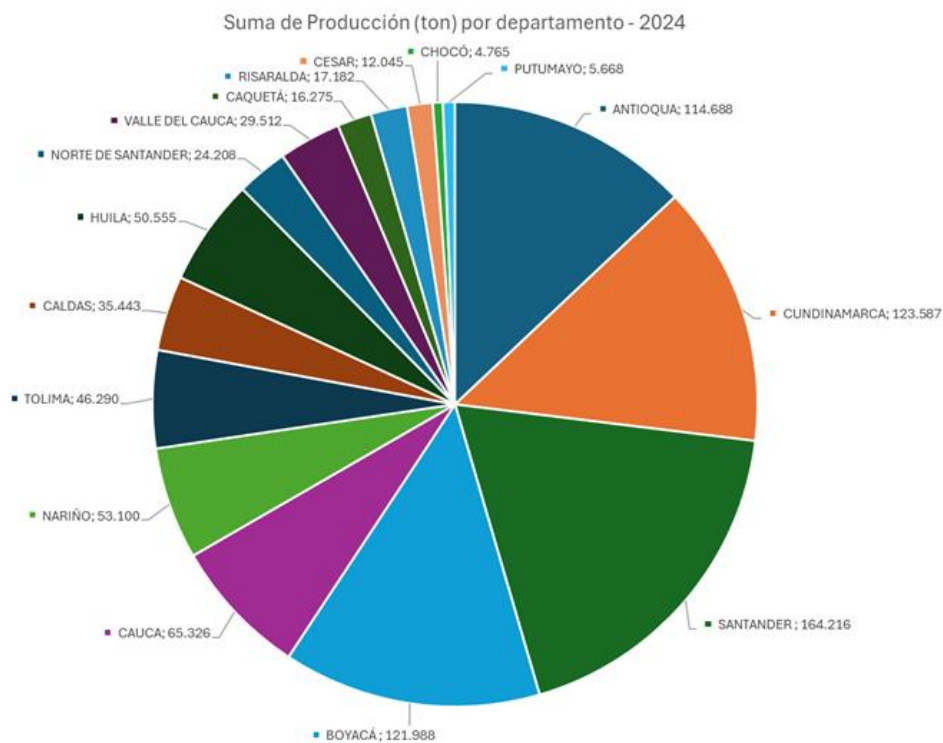
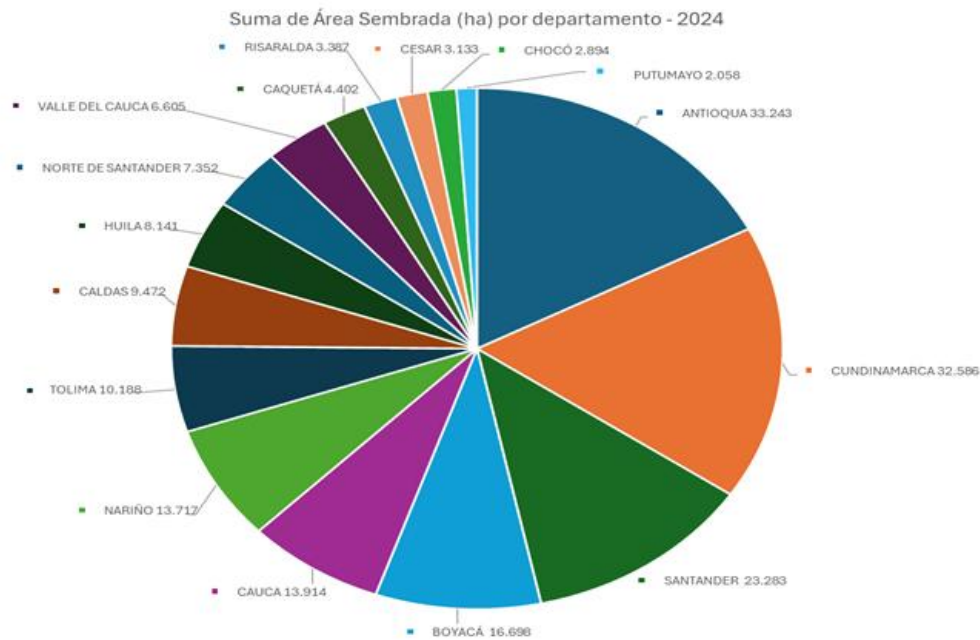
Gráfica 8. Comparativo Precios mensuales Productores, mayoristas y grandes superficies.

ÁREAS RENDIMIENTO Y PRODUCCION CALCULOS PRELIMINARES AÑO 2024

De acuerdo a las cifras de Fedepanela- Fondo de Fomento, para el año 2024 el país tendrá un área sembrada total de 196.968 hectáreas, el área cosechada llegará a las 162.4375 hectáreas, un promedio

de rendimiento de 5.60 toneladas de panela por hectárea y una producción total de 909.993 toneladas de panela, en 29 departamentos del país, cubriendo 562 municipios.

DEPARTAMENTO	Área Sembrada (ha)	Área cosechada (ha)	Producción (Ton)	Rendimiento (Ton/ha)
AMAZONAS	14,70	12,48	39,29	3,15
ANTIOQUA	33.242,58	27.354,24	114.687,66	4,19
ARAUCA	47,04	39,36	106,52	2,71
BOLIVAR	1.493,52	1.243,20	8.483,03	6,82
BOYACÁ	16.698,22	13.413,12	121.987,64	9,09
CALDAS	9.471,70	7.794,24	35.442,58	4,55
CAQUETÁ	4.402,16	3.578,88	16.274,56	4,55
CASANARE	292,04	242,88	1.042,48	4,29
CAUCA	13.914,04	11.585,28	65.326,14	5,64
CESAR	3.133,06	2.546,88	12.045,27	4,73
CHOCÓ	2.893,94	2.381,76	4.765,37	2,00
CÓRDOBA	884,94	737,28	2.479,60	3,36
CUNDINAMARCA	32.585,98	27.452,16	123.587,16	4,50
GUAINIA	3,92	2,88	17,46	6,06
GUAVIARE	1.196,58	996,48	4.096,58	4,11
HUILA	8.140,86	6.778,56	50.555,05	7,46
LA GUAJIRA	75,46	62,40	313,44	5,02
META	1.140,72	949,44	5.399,24	5,69
NARIÑO	13.717,06	11.152,32	53.099,65	6,10
NORTE DE SANTANDER	7.351,96	6.048,96	24.207,54	4,00
PUTUMAYO	2.058,00	1.693,44	5.668,16	3,35
QUINDÍO	271,46	225,60	1.541,89	6,83
RISARALDA	3.386,88	2.819,52	17.181,71	6,09
SANTANDER	23.282,84	18.907,20	164.215,95	8,69
SUCRE	230,30	192,00	943,82	4,92
TOLIMA	10.188,08	8.482,56	46.289,96	5,46
VALLE DEL CAUCA	6.605,20	5.499,84	29.512,49	5,37
VAUPES	43,12	14,40	59,37	4,12
VICHADA	201,88	168,00	623,39	3,71
Total General	196.968,24	162.375,36	909.993,03	5,60



En estos cálculos se observa que respecto al año 2023 el área sembrada para 2024 disminuyó, así como el área cosechada y la producción, debido a la variabilidad climática presentada durante el año, de sequías prolongadas, que ha impedido un desarrollo adecuado del cultivo, así como la falta de mano de obra en el sector, que ha provocado la disminución de áreas destinadas a la producción de caña panelera.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

En lo transcurrido del año 2023 se han realizado 14 ejercicios de costos de producción en diferentes departamentos, alcanzando un promedio de \$ 2.911 por kilogramo de panela.

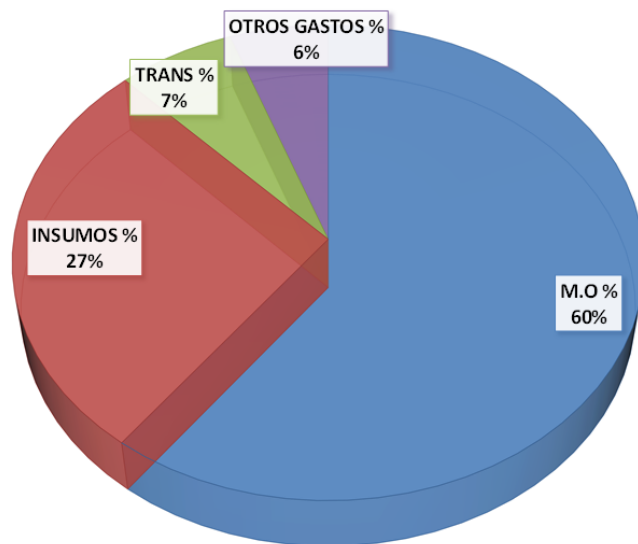
**PROMEDIO NACIONAL COSTOS DE PRODUCCION CON CULTIVO
AÑO 2023**

ACTIVIDAD	VALOR
COSTO CULTIVO NUEVO	17.998.480
COSTO PROCESO	7.744.916
COMERCIALIZACION	976.231
TOTAL	26.719.626
PROMEDIO DE PRODUCCION EN KILOS	9,18
COSTO POR KILO DE PANELA	2.911
COSTO POR TONELADA DE PANELA	2.910.635

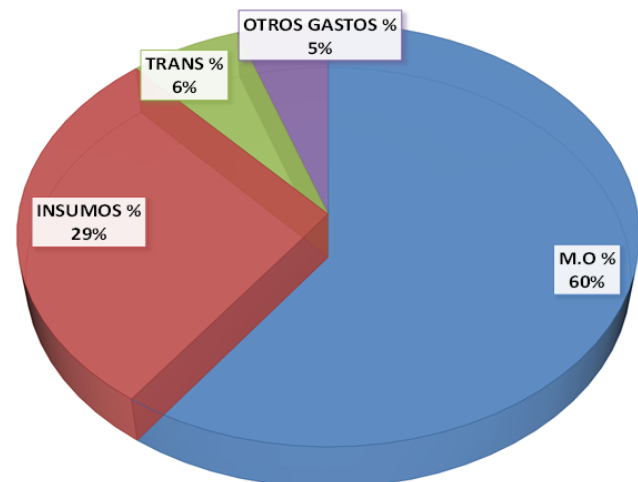
COSTOS DE PRODUCCION % AÑO 2024

SEMESTRE	M.O %	INSUMOS %	TRANS %	OTROS GASTOS %
PRIMER SEMESTRE	60,2	27,8	6,5	5,5
SEGUNDO SEMESTRE	60,5	27,2	6,7	5,6
PROMEDIO ANUAL	60	28	7	6

PESO PROMEDIO NACIONAL POR ACTIVIDADES EN % AÑO 2024



PESO PROMEDIO NACIONAL POR ACTIVIDADES EN % AÑO 2023



GENERACION DE EMPLEO AÑO 2023

De acuerdo con los datos de hectáreas sembradas y jornales utilizados por hectárea y aplicando el índice de conversión de empleo del DANE, el sector panelero genera 301.714 empleos directos.

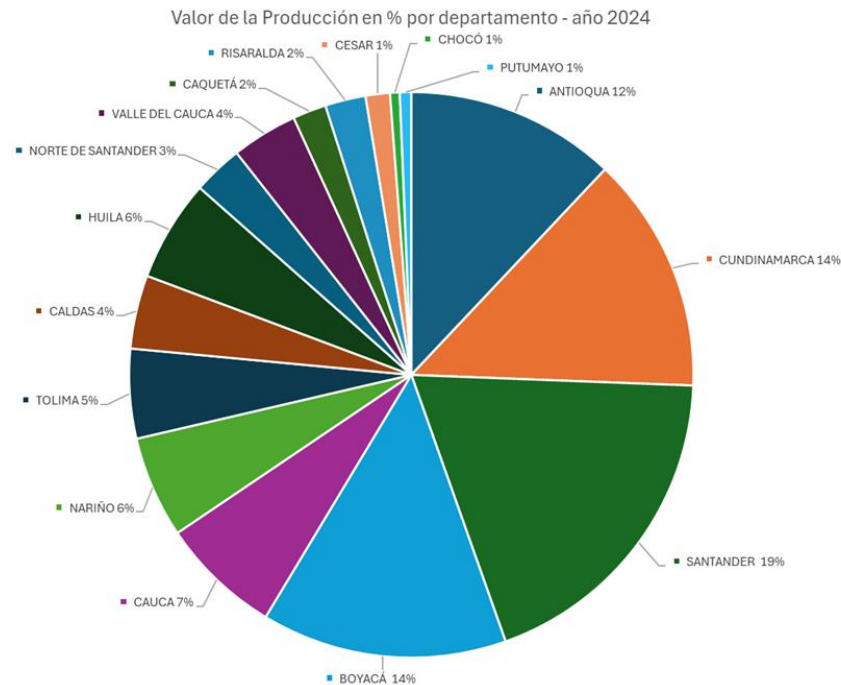
GENERACION DE EMPLEO SUBSECTOR PANELERO CALCULOS 2024

INDICADORES	VALORES
Hectáreas sembradas 2024	196.968
Promedio jornales por Ha	265
Jornales año	52.196.520
Índice de conversión de empleo (Matriz de empleo DANE pag 15)	173
EMPLEO DIRECTO (ED)	301.714
EMPLEO INDIRECTO (EI)= (ED*2)	603.428
TOTAL EMOPLEO = (ED*EI)	905.142

VALOR DE LA PRODUCCIÓN AÑO 2024

La producción durante el año 2024 alcanzó un valor total estimado de 3,38 billones de pesos colombianos, siendo el departamento de Santander el que más contribuyó a esta cifra, alcanzando la suma de \$ 609.492.760.118 con un 18.02% respecto al total.

VALOR DE LA PRODUCCIÓN AÑO 2024			
DEPARTAMENTO	Producción (ton)	Valor ton (\$)	Valor Producción (\$)
ANTIOQUA	114.687,66	3.373.076,99	\$ 386.850.311.504,45
CUNDINAMARCA	123.587,16	3.522.256,63	\$ 435.305.691.021,27
SANTANDER	164.215,95	3.711.532,12	\$ 609.492.760.118,02
BOYACÁ	121.987,64	3.700.634,62	\$ 451.431.690.363,12
CAUCA	65.326,14	3.401.019,23	\$ 222.175.451.792,80
NARIÑO	53.099,65	3.517.726,48	\$ 186.790.060.333,58
TOLIMA	46.289,96	3.549.596,15	\$ 164.310.668.255,72
CALDAS	35.442,58	3.810.638,62	\$ 135.058.862.674,89
HUILA	50.555,05	3.689.842,31	\$ 186.540.161.158,05
NORTE DE SANTANDER	24.207,54	3.802.051,35	\$ 92.038.317.836,05
VALLE DEL CAUCA	29.512,49	4.121.325,67	\$ 121.630.588.367,24
CAQUETÁ	16.274,56	3.783.711,54	\$ 61.578.258.638,52
RISARALDA	17.181,71	4.344.316,51	\$ 74.642.806.579,13
CESAR	12.045,27	3.717.517,55	\$ 44.778.515.286,83
CHOCÓ	4.765,37	3.717.517,55	\$ 17.715.362.165,52
PUTUMAYO	5.668,16	3.717.517,55	\$ 21.071.478.779,51
BOLIVAR	8.483,03	3.717.517,55	\$ 31.535.811.432,80
GUAVIARE	4.096,58	3.717.517,55	\$ 15.229.109.432,14
META	5.399,24	3.717.517,55	\$ 20.071.784.468,96
CÓRDOBA	2.479,60	3.717.517,55	\$ 9.217.960.525,85
CASANARE	1.042,48	3.717.517,55	\$ 3.875.438.333,75
QUINDÍO	1.541,89	3.717.517,55	\$ 5.732.013.481,92
SUCRE	943,82	3.717.517,55	\$ 3.508.667.369,17
VICHADA	623,39	3.717.517,55	\$ 2.317.473.174,46
LA GUAJIRA	313,44	3.717.517,55	\$ 1.165.228.108,73
ARAUCA	106,52	3.717.517,55	\$ 395.982.811,32
VAUPES	59,37	3.717.517,55	\$ 220.711.730,90
AMAZONAS	39,29	3.717.517,55	\$ 146.059.233,68
GUAINIA	17,46	3.717.517,55	\$ 64.915.214,97
Total General	909.993,03	3.717.517,55	\$ 3.382.915.080.756,75

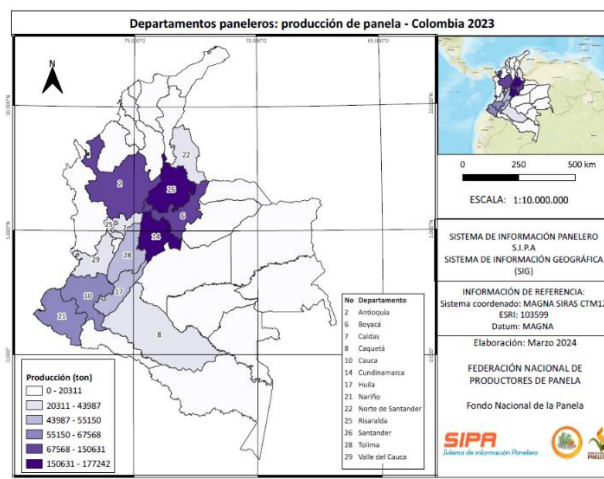
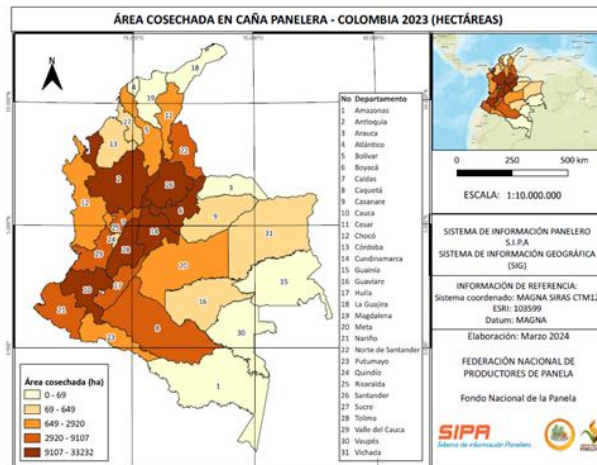


SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA:

De acuerdo con lo propuesto en la ficha del programa se procesaron 250 polígonos trimestrales para un total de 1000 polígonos de lotes de caña, los cuales han sido levantados previamente.

CREACIÓN DE MAPAS DE PROYECCIONES 2023 Y ACTUALIZACIÓN DE PÁGINA SIPA

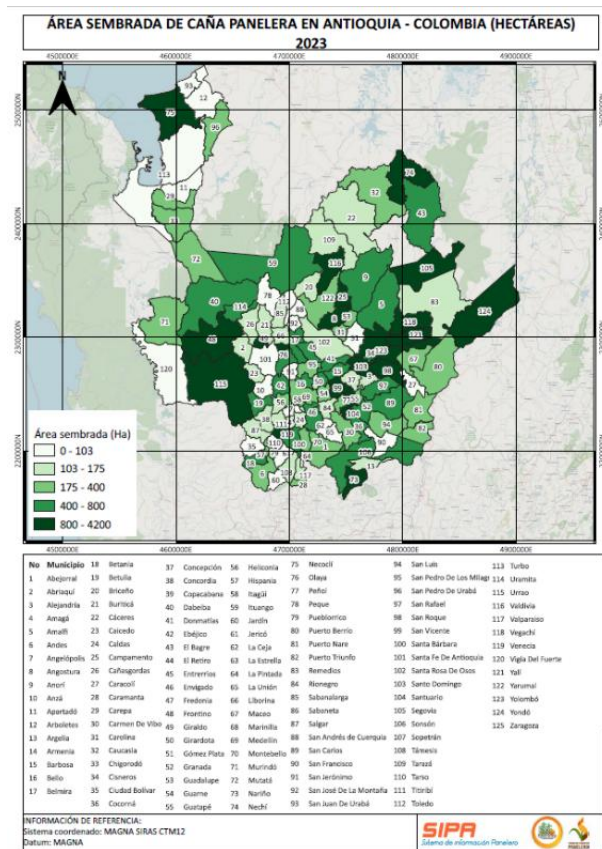
Con base en la información proporcionada por los coordinadores de cada departamento, se llevaron a cabo la elaboración de mapas nacionales donde se muestra para todos los departamentos del país y sólo para los departamentos paneleros más representativos las variables de Área Cosechada y Área Sembrada de caña panelera, así como la Producción y el Rendimiento para la caña panelera anual. En total se elaboraron alrededor de 105 mapas. Algunos ejemplos se presentan a continuación.

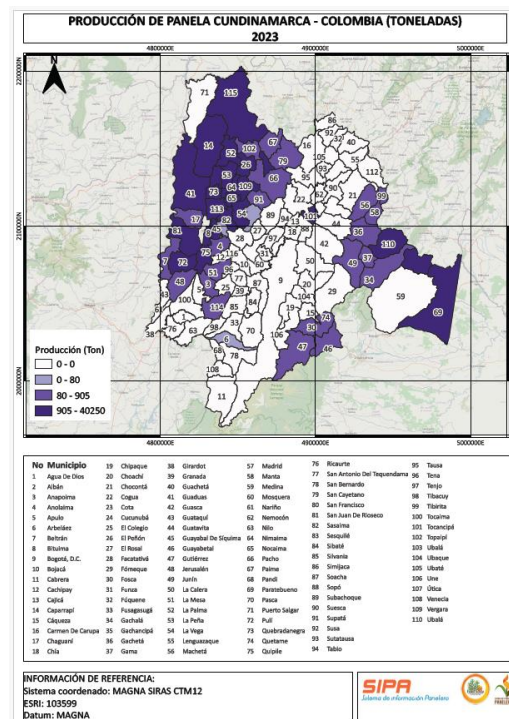
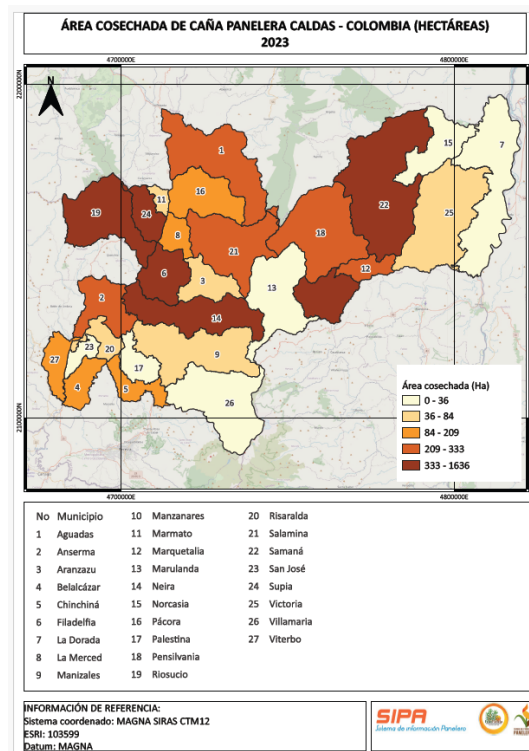


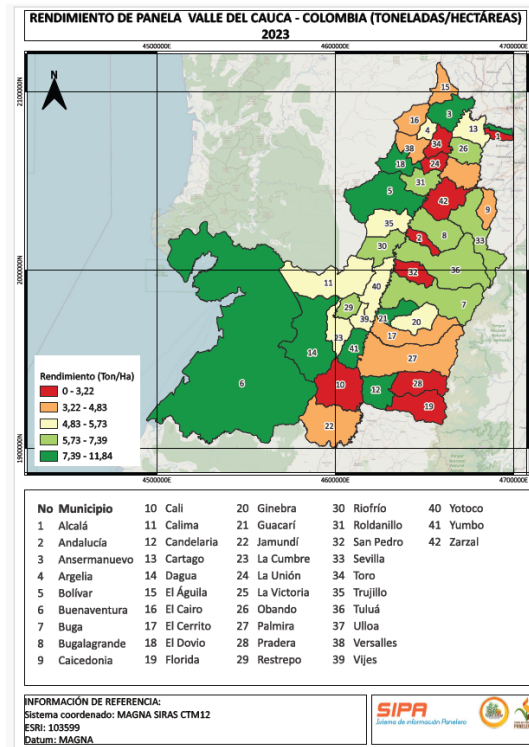
Figuras. (1) Mapas de Área cosechada en caña panelera Colombia 2023. (2) Departamentos paneleros: Producción de panela – Colombia 2023

Esta información resulta de gran utilidad para comprender la geografía agrícola panelera, identificar áreas de mayor producción, evaluar el potencial de crecimiento y tomar decisiones estratégicas en el sector panelero.

Con el objetivo de profundizar en el análisis y la representación geográfica de los datos, se elaboraron mapas departamentales a nivel municipal para cada una de las variables mencionadas anteriormente, como Área Cosechada, Área Sembrada, Producción y Rendimiento para la caña panelera y panela, para cada uno de los departamentos paneleros: Antioquia, Boyacá, Caldas, Caquetá, Cauca, Cundinamarca, Huila, Nariño, Norte de Santander, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca. Algunos ejemplos de los mismos se encuentran a continuación:







Figuras. (3) Mapa de Área Sembrada para los municipios del departamento de Antioquia para 2023. (4) Mapa de Área Cosechada para los municipios del departamento de Caldas para 2023. (5) Mapa de Producción para los municipios del departamento de Cundinamarca para 2023. (6) Mapa de Rendimiento para los municipios del departamento de Valle del Cauca para 2023.

Estos mapas se crearon y se encuentran disponibles en formato interactivo en la página SIPA (Sistema de Información Panelera) y en formato PDF para consulta directa. A través del siguiente enlace <https://www.sipa.org.co/wp/index.php/category/sig/ar/ard/>, se puede acceder a los mapas interactivos donde se muestran ejemplos de estas representaciones a nivel municipal. Estos mapas permiten una visualización detallada y precisa de la distribución de las variables paneleras en cada municipio, facilitando la identificación de patrones espaciales, comparaciones entre regiones y la toma de decisiones informadas en el sector panelero. Ejemplos de la información anterior se muestran a continuación.



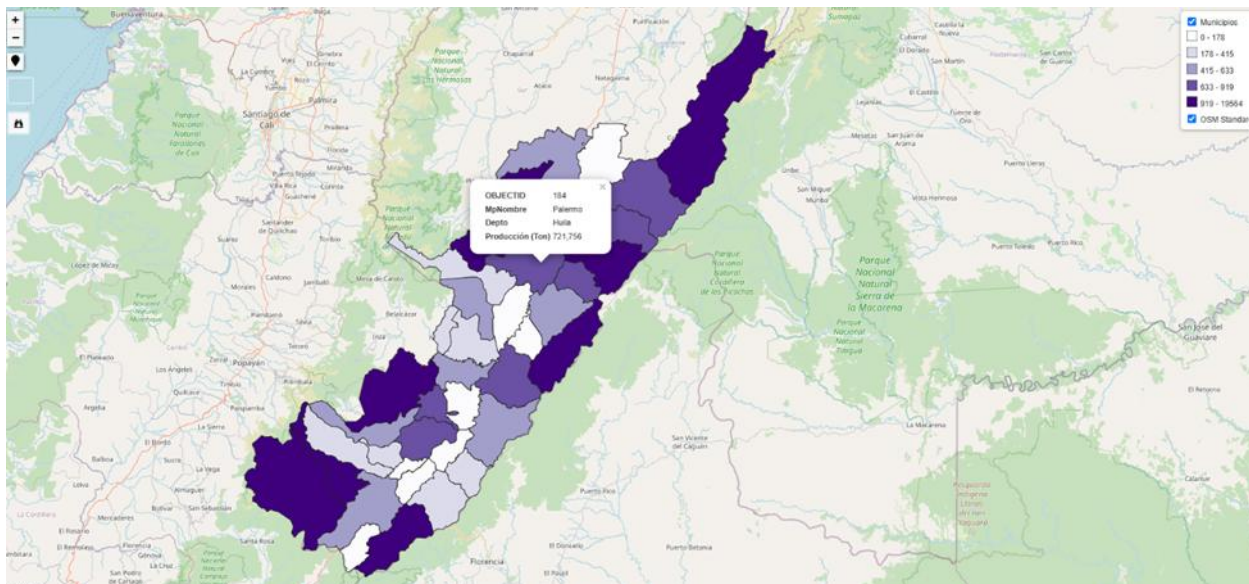


Figura 7-9. Actualización de página SIPA con mapas de Área cosechada, sembrada, producción y rendimiento para los departamentos paneleros para el año 2023 y creación de mapas interactivos.

ACTUALIZACIÓN PAGINA WEB SIPA

Se realizaron las actualizaciones semanales de precios tanto en la página web www.sipa.org.co y la divulgación del boletín de precios semanalmente, mensual e histórico para panelas corrientes y especiales, así mismo, se elaboraron mapas interactivos que representan la información del boletín semanal de precios y también se publicaron en la página web del SIPA. En junto con el área de comunicaciones se realiza la difusión del boletín semanal en las redes sociales. A la semana se hacen en promedio 5 actualizaciones a la página principal, por lo que al año se realizan aproximadamente 260 actualizaciones en la página web.



SISTEMA DE GESTIÓN DOCUMENTAL

Se estableció junto con la empresa JyJ para el cronograma y plan de trabajo del año 2024:

1. Administración y atención de requerimientos del sistema de gestión documental del FFP.
2. Atención de requerimientos de las entidades de control.
3. Establecer junto con el fondo de fomento panelero la administración, mejoras y actualizaciones del sistema.

Durante la ejecución del programa de gestión documental durante el 2024 se veló por el desarrollo de actividades de gestión y administración para el SGD de acuerdo con el programa de gestión documental definido en la fase de implementación de este, maduración y sensibilización del sistema, así como la atención de requerimientos internos, es así como se establece el cronograma y plan de trabajo concertados entre las partes. J&J Accounting Technology puso a disposición del Fondo de Fomento: el recurso humano en jornadas de 8 horas, 3 días de la semana, las herramientas y metodologías con las que se cuentan para el desarrollo de estas actividades, las cuales se desarrollan en la ciudad de Bogotá.

Las actividades ejecutadas giraron en torno a la organización documental del año 2022, 2023 y adelanto de 2024, así como la disposición de información antigua pero que requiere de consulta en un archivo central. Para ello se realizó la validación de instrumentos como las tablas de retención documental, que informan el tiempo que debe permanecer la información según la fase de archivo en la que se encuentre.

El desarrollo del plan de trabajo establecido para el Fondo de Fomento Panelero, implicó la ejecución de actividades durante el año que abordaron las siguientes temáticas:

1. Revisión de aprobaciones de instrumentos archivísticos para su aplicación.
2. Revisión de archivo físico.
3. Continuación de organización del archivo electrónico según TRD.
4. Socialización con las áreas de la aplicación de las TRD

A continuación, se muestran algunos diagramas donde se ejemplifica las actividades que se desarrollaron durante el año con indicadores de cada uno de ellos.

• Aplicación de instrumentos archivísticos:



• Administración del sistema de gestión documental digital:



• Administración del sistema de gestión documental físico:



• Indicadores de actividades y cumplimiento



En el año 2024, el Fondo de Fomento Panelero mantuvo un rendimiento alto en la administración de su Sistema de Gestión Documental (SGD), logrando una organización del 100% respecto a lo propuesto en el plan de trabajo, tanto en la información física como digital. Además, se llevó a cabo la creación del archivo central con información antigua, pero que requiere aún de consulta con las áreas con su respectivo inventario documental, lo que permitió liberar espacio para la disposición de archivos más recientes en las oficinas, así como dar cumplimiento a lo establecido en las tablas de retención documental del programa. Se avanzó en la consolidación de los instrumentos archivísticos que componen el programa y reflejan la operatividad de este, validando que se encuentre publicado en la página web las versiones más recientes de estos y que son de obligatoria difusión. Asimismo, la entidad demostró un control y seguimiento al sistema impecable, alcanzando un cumplimiento del 100%. Estas acciones reflejan el compromiso y la eficiencia del Fondo de Fomento Panelero en el manejo de sus recursos con respecto a gestión documental y en el cumplimiento de sus responsabilidades durante el año 2024.

SISTEMA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

Para el año 2024 los objetivos principales fueron apoyar y asesorar en las mejoras, actualizaciones y modificaciones necesarias para la continuidad y mantenimiento del Sistema de Protección de datos personales, atención de requerimientos de las entidades de control, establecer junto con el fondo de fomento panelero el plan de trabajo sobre las mejoras y actualizaciones del sistema y atender requerimientos realizados de cara al sistema.

Durante el transcurso de la Asesoría en PDP se realizó la atención de requerimientos del Fondo de fomento panelero - FEDEPANELA y de las entidades de control, también se estableció el cronograma y plan de trabajo; para las anteriores finalidades C&U COMPANY S.A.S. puso a disposición del FFP las herramientas y metodologías tecnológicas con las que se cuentan para el desarrollo de estas actividades, las tareas fueron desarrolladas y presentadas en la ciudad de Bogotá, el servicio tuvo una duración de 11 meses, compuesto de 4 horas mensuales en 4 sesiones.

Actividades Específicas:

- Actividades de seguimiento y mejoramiento del sistema de protección de datos personales para el FFP.
- Atención de solicitudes internas de los colaboradores del FFP (Contratos de transmisión de datos, formatos para transmisión de información, etc.)
- Atención de solicitudes de terceros, entre estas están, empresas que firman acuerdos o convenios.
- Por último, se expone un esquema de las actividades resueltas para el año 2024:

Plan de trabajo: Implementación del sistema de protección de datos:

- Evaluación y análisis de riesgos: Realizar una evaluación exhaustiva de los riesgos relacionados con la protección de datos personales en la organización, identificando las vulnerabilidades y amenazas potenciales.
- Diseño de políticas y procedimientos: Desarrollar políticas y procedimientos claros y sólidos que aborden aspectos clave de la protección de datos, como la recopilación, almacenamiento, acceso, transferencia y eliminación de datos personales.
- Capacitación y concientización: Brindar capacitación a todos los empleados sobre las políticas y procedimientos de protección de datos, así como sobre las mejores prácticas de seguridad de la información. Promover la conciencia y la cultura de protección de datos en toda la organización.
- Implementación de medidas técnicas y organizativas: Establecer controles y medidas técnicas adecuadas, como la encriptación de datos, autenticación de usuarios, acceso basado en roles y sistemas de monitoreo. Además, establecer medidas organizativas, como la designación de un responsable de protección de datos y la implementación de políticas de privacidad por defecto y diseño.
- Evaluación y mejora continua: Realizar auditorías regulares del sistema de protección de datos para evaluar su eficacia y realizar mejoras continuas en base a los resultados obtenidos. Mantenerse actualizado con las últimas regulaciones y mejores prácticas en protección de datos.

OTROS

Reuniones virtuales:

- Se continuó haciendo el soporte técnico remoto en la instalación del software de Zoom y Teams, aplicaciones a funcionarios y productores.
- Soporte técnico constante de conectividad de las plataformas de reuniones virtuales.
- Coordinación y planificación de reuniones virtuales.

Soporte Técnico:

- Soporte técnico de software y hardware por demanda a los funcionarios del fondo de fomento.
- Soporte técnico constante correo electrónico institucional.

APOYO ASISTENCIA TÉCNICA.

Durante el año 2024 se brindó apoyo al área de asistencia técnica mediante la inspección de los archivos de levantamientos de áreas y perímetros de unidades productivas realizados en campo mediante el uso de GPS, para cada uno de los departamentos por diferentes técnicos. Durante esta inspección, se identificó que la nomenclatura utilizada para almacenar la información no es la adecuada, por lo que se

socializó con el personal cuál es la nomenclatura que debe emplearse para la identificación de esta información.

METAS Y LOGROS 2024:

METAS Y LOGROS 2024

Concepto	Ejecucion
1. Actualización de la estadísticas de áreas, rendimientos y producción, generación de un reporte anual.	100%
2. Actualización constante del sistema de información de precios	100%
3. Recolección de costos en 14 departamentos.	100%
4. Fortalecimiento, Procesamiento y montaje en el SIG (Sistema de información Geográfico).	100%
5. Actualización página web SIPA.	100%
6. sistema de gestion documental (ley de transparencia 1712 de 2014)	100%

EJECUCION PRESUPUESTAL PROGRAMA SIPA 2024

EJECUCION PRESUPUESTAL 2024

PRESUPUESTO ASIGNADO	180.000.000,00
PRESUPUESTO EJECUTADO	172.928.821,00
SALDO SIN EJECUTAR	7.071.179,00
% DE EJECUCION	96,07

SISTEMATIZACIÓN Y CONTROL RECAUDO DE CUOTA DE FOMENTO PANELERO "SIR-FFP"

En desarrollo de este programa durante el año 2024 se realizó el seguimiento al funcionamiento de la plataforma web de sistematización del recaudo y se realizaron algunos cambios menores en reportes del sistema.

Para este proyecto se realizaron las siguientes actividades:

1. Seguimiento de alertas de la plataforma.
2. Seguimiento a los inventarios de rollos y códigos en bodega y delegado
3. Seguimiento a inventarios del año 2023.
4. Seguimiento a lecturas de códigos.
5. Apoyo técnico a delegados para el manejo de las liquidaciones.
6. Seguimiento a entrada y salidas de códigos:
Revisión de los códigos que llegan para su ingreso a bodega y de su respectiva salida hacia las regiones.
7. Coordinación técnica del programa:
8. Atención a inquietudes e inconvenientes presentados a los delegados de recaudo.
9. Seguimiento a alertas de códigos vencidos según procedimiento.

- 10. Mejoramiento de la plataforma de recaudo 2 fase
- 11. Preparación de la entrada en funcionamiento del recibo de caja digital.

SEGUIMIENTO DE INVENTARIOS:

A continuación, se ven los pantallazos actuales del registro de inventarios y el control de códigos en la plataforma, los cuales coinciden en el total de 45.180 rollos

Home / Registro de inventarios

Registro de inventarios

Registrar inventario

Buscar inventario

Desde: 2024-01-0

Hasta: 2024-12-3

Usuario: Elija el usuario

Buscar

Limpiar

No	Usuario	Ingreso a almacén	Salida de almacén	Devolución a almacén	Rollos
1	Cinta Andina	0	0	0	0
2	Bodega Principal	45180	44370	4	814
3	Gina Alejandra Cristancho	0	10980	4	10976
4	Diana Patricia Canvajal	0	5850	0	5850
5	Cristina Roldán	0	5220	0	5220
6	Linda Lucía Rojas Gómez	0	1980	0	1980
7	Rodrigo Velasco	0	6120	17	6103
8	Angela Jurado Rosero	0	4230	0	4230
9	Mario Gil	0	1170	0	1170
10	Sandra Milena Martínez	0	1800	0	1800
11	Huberto Ruiz	0	1890	0	1890
12	Cristina Bolaños	0	1350	0	1350
13	Alejandra Palaco	0	990	0	990
14	Andres Carolina Rodríguez	0	1440	0	1440
15	Gerardo Guzmán	0	1350	0	1350
16	Delegado de códigos deshabilitados	0	0	17	17
Totales		45180	44370	21	45180

DESARROLLO DE LA SEGUNDA VERSIÓN DE LA PLATAFORMA:

Se continuo con el desarrollo de la segunda versión de la plataforma, de lo cual se puede destacar la creación del recibo de caja electrónico generado automáticamente por la plataforma. Y el desarrollo de la APP para el manejo de la plataforma a través de dispositivos Android la cual tiene la ventaja de funcionamiento offline

Desarrollo de la segunda versión de la plataforma

Se continuo con el desarrollo de la segunda versión de la plataforma, de lo cual se puede destacar la creación del recibo de caja electrónico generado automáticamente por la plataforma. Y el desarrollo de la APP para el manejo de la plataforma a través de dispositivos Android la cual tiene la ventaja de funcionamiento offline.



FONDO NACIONAL DE PRODUCTORES DE PANELA

FONDO DE FOMENTO PANELERO

NIT 800.050.441-1

LEY 40 DE 1990

Decretos reglamentarios Nos. 1999 de 1.991 y 719 de 1.995

INGRESO A CAJA

Liquidación aportante

ANTIOQUIA

Nº 24468

5-079

Lugar y fecha:

ANTIOQUIA, BARBOSA - 2024-05-02

Seccional:

ANTIOQUIA

Razón social:

MANUEL ANTONIO GOMEZ GAVIRIA

Municipio:

BARBOSA

Correo:

N/A

CC o Nit:

8389838

Nombre del establecimiento:

Teléfono:

4062153

La suma de:

\$9.575

Dirección:

N/A

Concepto

Cuota de fomento panelero ☒

Otros conceptos ☐

Cuota de fomento por miel ☐

No de rollos entregados: 4

Relación de rollos entregados:

1 : FFP-CD-55789 :

2 : FFP-CD-55813 :

3 : FFP-CD-55834 :

4 : FFP-CD-55835 :

MES	KILOS MIEL	KILOS PANELA	VALOR CUOTA	DESCUENTOS	OBSERVACIONES
2024-02		29,818	723,005	713,430	
		TOTAL	723,005	713,430	
		TOTAL A PAGAR		9,575	

Otros conceptos:

Forma de pago:

Effectivo ☐

Fecha de pago: 2024-05-02

Cheque ☒

Banco:

Valor: \$ 9.575

Transferencia ☐

Consignación ☐

COD CONTABLE	DEBITOS	CREDITOS

Recaudado por:

Diana Patricia Carvajal

Firma y sello

Nota: Válido únicamente con firma, sello y sin enmendaduras

Original: Comerciante - 1ra copia: Contabilidad - 2da copia: Seccional

METAS Y LOGROS 2024:

Concepto	Cumplimiento
PLATAFORMA WEB PARA EL MANEJO DE INFORMACION FONDO DE FOMENTO PANELERO. FASE 2	100%
FASE DE PRUEBAS	100%
FASE DE IMPLEMENTACION	100%
OPERACIÓN 2 FACE PLATAFORMA	100%

EJECUCION PRESUPUESTAL 2024

PRESUPUESTO ASIGNADO	122.000.000,00
PRESUPUESTO EJECUTADO	115.916.880,00
SALDO SIN EJECUTAR	6.083.120,00
% DE EJECUCION	95,01

ACTIVIDADES REALIZADAS AÑO 2024

Para este proyecto se realizaron las siguientes actividades:

- Seguimiento de alertas de la plataforma.
- Seguimiento a los inventarios de rollos y códigos en bodega y delegado
- Seguimiento a inventarios del año 2023.
- Seguimiento a lecturas de códigos.
- Apoyo técnico a delegados para el manejo de las liquidaciones.
- Seguimiento a entrada y salidas de códigos:
- Revisión de los códigos que llegan para su ingreso a bodega y de su respectiva salida hacia las regiones.
- Coordinación técnica del programa:
- Atención a inquietudes e inconvenientes presentados a los delegados de recaudo.
- Seguimiento a alertas de códigos vencidos según procedimiento.
- Mejoramiento de la plataforma de recaudo 2 fase
- 11.Preparación de la entrada en funcionamiento del recibo de caja digital.

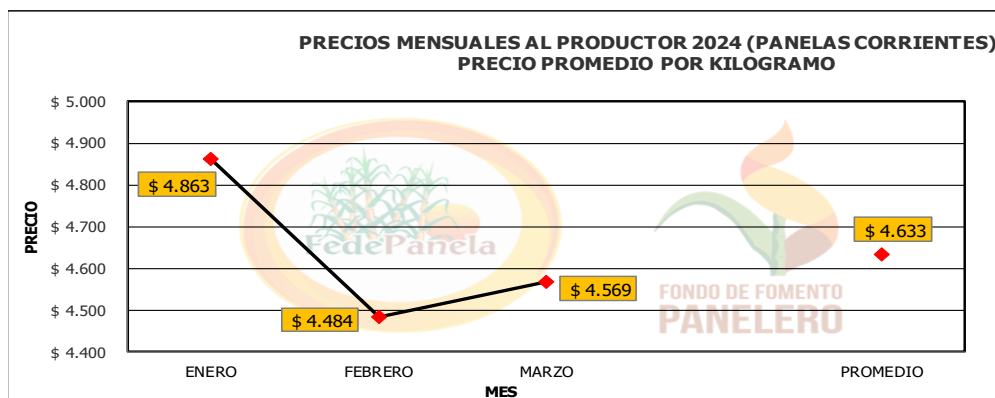
INDICADORES DE GESTIÓN 1 TRIMESTRE AÑO 2025

Actualización constante del sistema de información de precios Reportes semanales 12 Reportes mensuales 3 100%	Fortalecimiento, Procesamiento y montaje en el SIG (Sistema de información Geográfico). Proceso de 250 poligonos 4 mapas nacionales 100%
Actualización página web SIP consolidado de costos nacional 100%	Actualizacion areas rendimiento y produccion Reporte final de areas 25% Consolidado final nacional 100%
Actualización página web SIP 5 actualizaciones 100%	Sistema de gestion documental (ley de transparencia 1712 de 2014) informe parcial 100%

EJECUCION PRESUPUESTAL 1TRIMESTRE 2025	
PRESUPUESTO ASIGNADO	76.017.506,00
PRESUPUESTO EJECUTADO	72.717.506,00
SALDO SIN EJECUTAR	3.300.000,00
% DE EJECUCION	95,66

Precios por mes al productor 2025- Panelas Corrientes **Panelas Corrientes sin Empaque Individual:

Departamento	ENERO	FEBRERO	MARZO	PROMEDIO
Antioquia	4.627	\$ 3.983	\$ 3.700	\$ 4.103
Boyacá	5.210	\$ 4.988	\$ 4.900	\$ 5.033
Caldas	4.824	\$ 3.907	\$ 3.875	\$ 4.202
Caquetá	4.576	\$ 4.569	\$ 4.514	\$ 4.553
Cauca	4.090	\$ 3.781	\$ 4.158	\$ 4.010
Cundinamarca	5.273	\$ 5.058	\$ 5.213	\$ 5.181
Huila	4.931	\$ 4.360	\$ 4.566	\$ 4.619
Nariño	4.377	\$ 4.517	\$ 4.333	\$ 4.409
N Santander	5.758	\$ 4.068	\$ 4.970	\$ 4.932
Risaralda	5.031	\$ 4.898	\$ 4.774	\$ 4.901
Santander	5.173	\$ 4.996	\$ 4.933	\$ 5.034
Tolima	4.851	\$ 4.538	\$ 4.561	\$ 4.650
Valle	4.495	\$ 4.631	\$ 4.663	\$ 4.596
Promedio Mes	\$ 4.863	\$ 4.484	\$ 4.569	\$ 4.633
PRECIO MAYOR				
PRECIO MENOR				

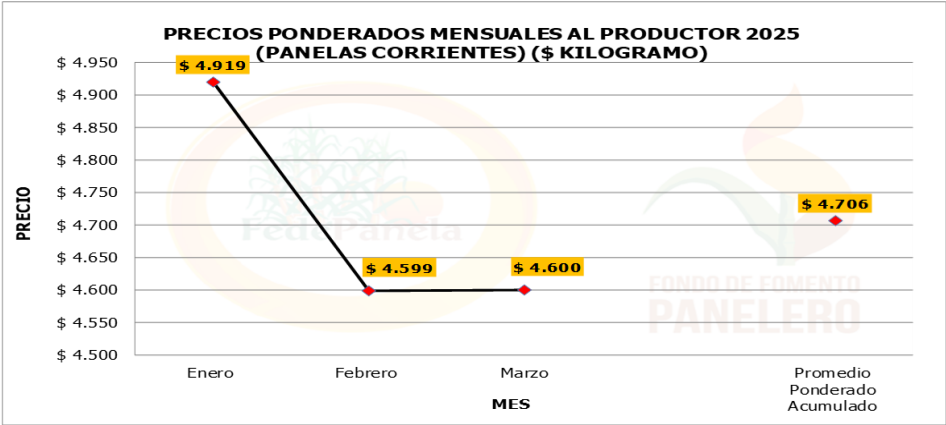


FUENTE : Sistema de Informacion Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística certificada por el DANE
N° CI 041 - 192 de 31 de diciembre de 2014

Variación: Ene – Mar \$ - 294 % 6,04.

Precios Ponderados mensuales al Productor 1 Trimestre 2025 (Panelas Corrientes):

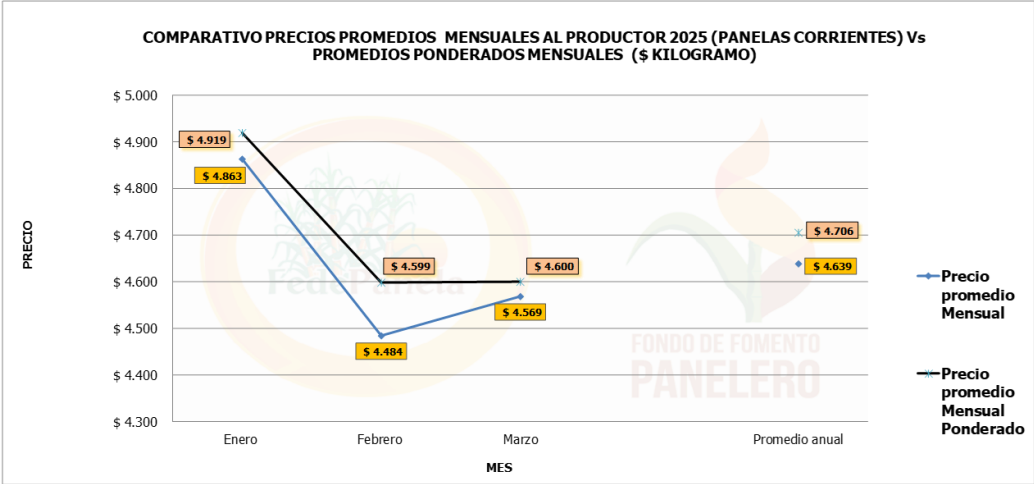
PRECIOS PROMEDIOS SEMANALES AL PRODUCTOR 2025 PROMEDIOS PONDERADOS (\$ KILOGRAMO)						
DEPARTAMENTO	PRODUCCIÓN POR DPTO. PROY. 2023	PESO PONDERADO	Enero	Febrero	Marzo	Promedio Ponderado Acumulado
PROM. NACIONALES	1.020.747	1	\$ 4.919	\$ 4.599	\$ 4.600	\$ 4.706



FUENTE : Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística certificada por el DANE N° CI 041 - 192 de 31 de diciembre de 214

Variación: Ene – Mar - \$ 319 - % 6,49.

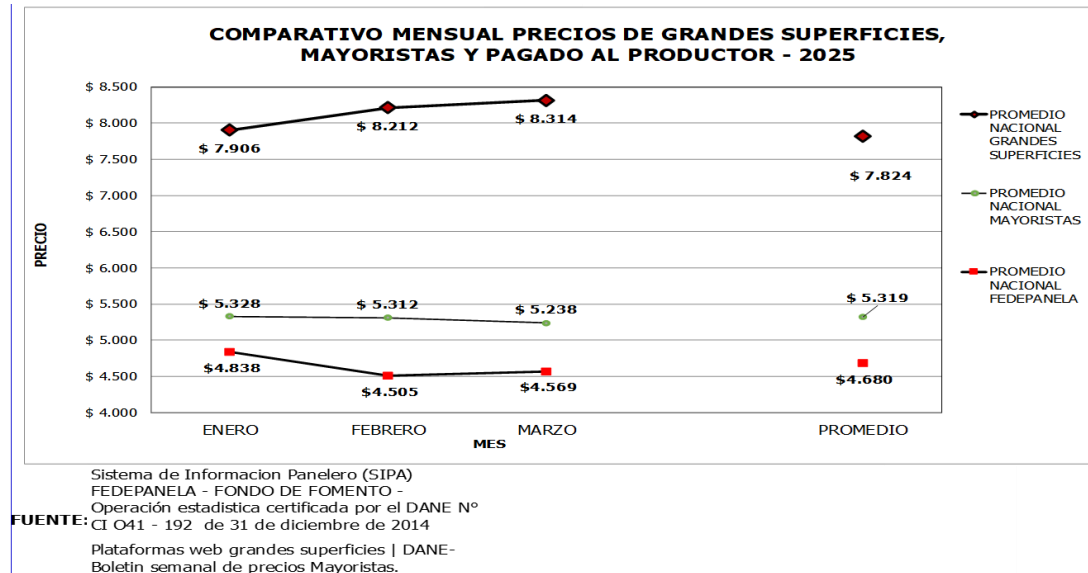
Comparativos Precios Corrientes vs Precios Ponderados Mensuales al Productor 1 Trimestre 2025 (Panelas Corrientes):



FUENTE : Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística certificada por el DANE N° CI 041 - 192 de 31 de diciembre de 214

Variación: \$ 67 - % 1,4

Comparativo Precios Productores, Mayoristas y Grandes superficies 1 Trimestre 2025:



Se evidencia una diferencia entre el precio de grandes superficies y el pagado al productor de:
Variación total \$3.144 - %40,18.

ACTIVIDADES I TRIMESTRE 2025

- Seguimiento de alertas de la plataforma.
- Seguimiento a los inventarios de rollos y códigos en bodega y delegado
- Seguimiento a inventarios del año 2023.
- Seguimiento a lecturas de códigos.
- Apoyo técnico a delegados para el manejo de las liquidaciones.
- Seguimiento a entrada y salidas de códigos:
- Revisión de los códigos que llegan para su ingreso a bodega y de su respectiva salida hacia las regiones.
- Coordinación técnica del programa:
- Atención a inquietudes e inconvenientes presentados a los delegados de recaudo.
- Seguimiento a alertas de códigos vencidos según procedimiento.

INDICADORES DE GESTIÓN I TRIMESTRE AÑO 2025

CRONOGRAMA DE METAS Y LOGROS 1 TRIMESTRE 2025

Concepto	1 trimestre proyectado	1 trimestre ejecutado
PLATAFORMA WEB PARA EL MANEJO DE INFORMACION FONDO DE FOMENTO PANELERO. FASE 2	Levantamiento de informacion 100%	Levantamiento de informacion 100%
	diseño y desarrillo base de la plataforma 100%	diseño y desarrillo base de la plataforma 100%
	diseño y desarrollo 50%	diseño y desarrollo 50%
	Desarrollo de la plataforma al 50%	Desarrollo de la plataforma al 50%
OPERACIÓN 2 FACE PLATAFORMA	Operacion de la plataforma 25%	Operacion de la plataforma 25%
	Creacion y traslado de codigos 100%	Creacion y traslado de codigos 100%

EJECUCION PRESUPUESTAL 1TRIMESTRE 2025

PRESUPUESTO ASIGNADO	37.646.500,00
PRESUPUESTO EJECUTADO	36.146.500,00
SALDO SIN EJECUTAR	1.500.000,00
% DE EJECUCION	96,02

ACOMPANAMIENTO SOCIO EMPRESARIAL GESTION 2024

Presentación a cargo de la Ing. Sandra Sánchez.

PROGRAMA DE ACOMPANAMIENTO SOCIO EMPRESARIAL INFORME DE GESTIÓN 2024

Objetivo General del Programa de Acompañamiento Socio Empresarial

Fortalecer los procesos de asociatividad panelera, la integración y el relevo generacional, el empoderamiento y participación decisoria de las mujeres productoras, y la seguridad social y la salud laboral en 8 departamentos productores de panela.

Objetivos Específicos:

1. Acompañar al 27%de asociaciones paneleras en sus procesos de formalización empresarial y mejoramiento de capacidades empresariales y gerenciales.
2. Impulsar que el 23% de las mujeres pertenecientes a la Red tengan participación decisoria, empoderamiento y mejoren autonomía económica a partir de la gestión de sus emprendimientos paneleros.
3. Promover la gestión en sus emprendimientos e ideas de negocio en el 25% de las personas jóvenes pertenecientes a la Red de juventud por medio de planes de trabajo y acompañamiento con enfoque diferencial y de género.
4. Desarrollar en alianza con el sector educación la propuesta de Escuela Panela en 8 colegios rurales ubicados en zonas paneleras
5. Implementar procesos de sensibilización y formalización laboral en 24 pilotos conforme a la normatividad vigente y de Seguridad y Salud en el Trabajo - SGSST en el subsector panelero.

Metas Establecidas para 2024:

Meta 1.

40 de las empresas asociativas paneleras son sostenibles y formalizadas con habilidades gerenciales y empresariales y mejoran su participación en la cadena de valor local de caña de azúcar, panela y derivados.

Ejecución del 100% de las actividades

Actividades:

Reuniones de seguimiento al desarrollo del plan de fortalecimiento socio Empresarial:

Se realizó el último ciclo de reuniones de seguimiento a los planes de trabajo de las empresas asociativas, con las actividades de los planes de acompañamiento socio empresarial se busca que las empresas asociativas fortalezcan los siguientes aspectos:

- Autonomía: Potenciando el pensamiento colectivo y la acción propia de las Organizaciones a través de la identificación de sus propias necesidades y prioridades de inversión.
- Capacidades Colectivas: Promueve el fortalecimiento de las capacidades colectivas de las comunidades y de sus organizaciones, resaltando el liderazgo individual y colectivo. También promueve el desarrollo de conocimientos y habilidades comunitarias para trabajar en colaboración.
- Participación: Promueve el diálogo y el acceso a información y decisiones democráticas dentro y fuera de la Organización.
- Procesos Autosustentables: Se orienta a que el control de los proyectos productivos esté en manos de la Organización dependiendo más de factores endógenos que exógenos con el objetivo de que consigan un sostenibilidad económica y social.
- Corresponsabilidad: Promover la corresponsabilidad entre los diferentes actores vinculados a las Organizaciones, siendo lo colectivo asunto de todos (no sólo de la directiva). Se promueve pensar, decidir y colaborar con otros y establecer procesos de diálogo y de creación de alianzas con otros actores públicos y privados.
- Inclusión: Promover la igualdad de oportunidades dentro y fuera del proceso organizativo y expandir la participación de los productores en la vida económica y social de su comunidad.

Capacitaciones de fortalecimiento Socioempresarial:

Se completó el ciclo de capacitaciones en temas que fortalecieran capacidades en las empresas asociativas:

- Formalidad empresarial vs Informalidad
- Mapa de Actores Clave
- Resolución de conflictos

Inscripción red de agroempresas (nuevas asociaciones):

Se realizó la inscripción de 40 nuevas empresas asociativas a las cuales se les hace una caracterización de ingreso a la Red de Agroempresas.

Caracterización de asociados:

En total se caracterizaron 200 asociados pertenecientes a las empresas asociativas a las que se les hizo acompañamiento

Aplicación metodología índice competencias organizacionales (ICO) - ICO final
Se realizó la aplicación del ICO final obteniendo los siguientes resultados en comparación con el ICO línea base como se observa en la siguiente tabla.

Estado Organizaciones	Puntaje	No. Empresas Asociativas ICO Línea Base	No. Empresas Asociativas ICO Final
Precario	47 o menos	22	15
En Desarrollo	48 a 78	18	23
Consolidado	79 a 100	0	2

Tabla 1. Comparativo ICO línea base - ICO final



Imagen 1. Reuniones de seguimiento a los planes de trabajo de las Empresas asociativas

Meta 2.

200 mujeres pertenecientes a la Red tienen participación decisoria, empoderamiento y mejoran autonomía económica a partir de la gestión de sus emprendimientos paneleros.
Ejecución del 100% de las actividades

Actividades:

Reuniones de seguimiento al desarrollo de los Planes de acompañamiento en emprendimiento y desarrollo de Habilidades, Capacidades y Conocimientos Empresariales

- Análisis de producto: Presentaciones, calidad, sustitutos.
- Identificando posibles clientes para el emprendimiento.

Capacitación en Habilidades blandas, emprendimiento y administración.

- Paso a Paso para la formalización del negocio.
- Redes de apoyo y programas de apoyo al Emprendimiento femenino

Inscripción en la Red de las mujeres emprendedoras paneleras:

Se realizó la inscripción y caracterización de ingreso a 200 mujeres a la Red de Mujeres Emprendedoras.



Imagen 2. Reuniones de seguimiento a los planes de trabajo y capacitaciones con Red de Mujeres

Meta 3.

160 personas jóvenes pertenecientes a la Red de juventud panelera desarrollan planes de trabajo para la gestión de sus emprendimientos paneleros
Ejecución del 100% de las actividades

Actividades:

Reuniones de seguimiento al desarrollo de los Planes de acompañamiento en emprendimiento y desarrollo de Habilidades, Capacidades y Conocimientos Empresariales

- DOFA de Emprendimientos Juveniles
- Nuevas líneas de financiamiento para emprendimientos juveniles
- La importancia de la presentación y la marca en los emprendimientos juveniles

Reuniones de seguimiento al desarrollo de los Planes de Capacitación en Habilidades psicosociales y Desarrollo Humano Capacitación en Habilidades blandas, emprendimiento y administración.

- Espíritu emprendedor
- Metodologías de análisis de los negocios

Inscripción en la Red de juventud emprendedora panelera:

Se realizó la inscripción y caracterización de ingreso a 160 personas jóvenes pertenecientes a la Red de Juventud Emprendedora Panelera. 680 personas jóvenes inscritas en la Red



Imagen 3. Reuniones de seguimiento a los planes de trabajo y capacitaciones
Meta 4.

Alianzas con el sector educación realizadas para implementar el proyecto Escuela Panela
Ejecución del 100% de las actividades

Actividades:

Reuniones de desarrollo y seguimiento a los Planes de desarrollo de Habilidades y competencias para el emprendimiento implementados en 8 proyectos de Escuela panela.

- Visitas pedagógicas (Unidades Productivas)
- Identidad Rural – Identidad Panelera
- Preparaciones gastronómicas con panela



Imagen 4. Procesos de capacitación Escuela Panela

Meta 5.

24 pilotos de formalidad laboral sensibilizados para la aplicación de la normatividad laboral vigente y de seguridad y salud en el trabajo
Ejecución del 100% de las actividades

Actividad.

Reuniones de seguimiento al desarrollo de los pilotos de formalización laboral y seguridad y salud en el trabajo.

Identificación de 24 pilotos de formalización laboral que implementen procesos de formalización laboral y seguridad y salud en el trabajo, se realizaron la identificación y concertación con las empresas y asociaciones que van a participar en los pilotos.

Se realizaron las reuniones de seguimiento a los planes de trabajo en las unidades productivas que participan en los pilotos en los departamentos de Caldas, Tolima y Huila para revisar los siguientes aspectos:

- Diagnóstico de mejoras de la Unidad productiva
- Valoración de los riesgos en la unidad productiva
- Medidas de prevención y control
- Entrega de material didáctico



Imagen 5. Planes de trabajo en SST en Unidades Productivas

Meta 6.

Reuniones de Coordinación Interinstitucional.

Ejecución del 100% de las actividades.

- Proyecto CAS selección de 6 asociaciones de mujeres paneleras para inversiones en acciones de mitigación de efectos del cambio climático en Nariño, Caldas y Santander.
- Agrosavia Proyecto CAS Taller de género y Tic's participan 30 mujeres de Cundinamarca
- Sena cupos para la Tecnología virtual de Administración Agroindustrial 10 personas matriculadas
- Ministerio del Trabajo participación en la mesa formalización laboral
- OIT entrega de resultados de caracterización de las condiciones de SST relacionadas con el cultivo de caña para panela
- Proyecto Asocaña – Fedepanela en el Norte del Cauca acompañamiento en el desarrollo de las actividades del componente socio empresarial.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo coordinación para el desarrollo de los proyectos Colegios Amigos del Turismo – Acompañamiento al Parque Temático Panelero en Nariño
- Coordinación con Alcaldía y Gobernaciones en los departamentos de intervención



Imagen 6. Reuniones de Coordinación Interinstitucional

ACOMPañAMIENTO SOCIO EMPRESARIALPRIMER TRIMESTRE 2025

Alineación con el Plan de Desarrollo:

El programa se alinea estrechamente con varios objetivos y políticas establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo de Colombia en los siguientes Ejes:

- Derecho Humano a la alimentación: Producción para la vida
- Convergencia regional: Disminuir pobreza para impulsar la paz
- Seguridad Humana y justicia social: Impulsar la economía popular

Objetivo General del Programa de Acompañamiento Socio Empresaria:

Fortalecer los procesos de asociatividad panelera, integración y relevo generacional, empoderamiento y participación decisoria de las mujeres productoras, y de seguridad social y la salud laboral en el subsector panelero en 8 departamentos productores de panela

Objetivos Específicos:

1. Acompañar 40 empresas asociativas paneleras en sus procesos de formalización empresarial y mejoramiento de capacidades empresariales y gerenciales.
2. Impulsar que 200 mujeres pertenecientes a la Red tengan ingresos incrementados en 80 emprendimientos con participación decisoria, empoderamiento y mejoren autonomía económica.

3. Promover que 160 jóvenes pertenecientes a la Red de juventud agrupados en 48 emprendimientos mejoren la gestión en sus emprendimientos e ideas de negocio por medio de planes de trabajo y acompañamiento con enfoque diferencial y de género.
4. Desarrollar en alianza con el sector educación la propuesta de Escuela Panela en 8 colegios rurales ubicados en zonas paneleras.
5. Implementar procesos de sensibilización y formalización laboral en 32 pilotos conforme a la normatividad vigente y de Seguridad y Salud en el Trabajo - SGSST en el subsector panelero.

Metas Establecidas para el Primer trimestre de 2025

Objetivo 1. Acompañar 40 empresas asociativas paneleras en sus procesos de formalización empresarial y mejoramiento de capacidades empresariales y gerenciales.

Actividad 1

Aplicación metodología índice competencias organizacionales línea base (ICO) - primer ICO.

El taller se realizó a cuarenta (40) empresas asociativas en los ocho (8) departamentos paneleros, aplicando la metodología de evaluación ICO, que mediante varios pasos secuenciales llevan a los asistentes, de una manera lógica y sencilla, a analizar y comprender diferentes aspectos de su organización y definir las medidas que se deben tomar para hacerla cada día mejor.

Para esta primera meta se seleccionaron las empresas asociativas con las que se trabajará a través de todo el año tabla. El acompañamiento socio empresarial tiene una distribución por departamentos como se muestra en la siguiente tabla:

Nombre asociación	Municipio	Vereda	No. Asociados/ Participantes
Asociación indígena de paneleros de san lorenzo	Riosucio	San Lorenzo	200
Asociación indígena de pequeños productores paneleros	Supia	Cañamomo	600
Asociación de productores paneleros de mudarra el crucero	Supia	Mudarra	10
Asociación de paneleros san juan de la comparsita	Supia	San Juan La Comparsita	20
Asociación de familias productoras de panela la trina	Supia	La Trina	24
Asociación de productores paneleros la palma	Supia	Alto Sevilla	10
Asociación sembrando futuro	Supia	La Pava	8
Asociación de mujeres indígenas emberas chami "imaginando con las manos"	Jardin	Cristiania	20

Asociación de productores paneleros de caramanta	Caramanta	Cañas	7
Asociación de paneleros del municipio de salgar "asopasa"	Salgar	Chaquiro	12
Asociación de panela pulverizada de sandona "asopulsan"	Sandona	San Miguel	30
Asociación agroindustrial dulce ancuya "asoada"	Ancuya	Ancuya	23
Asociación mieles de consaca "asomieles"	Consaca	El Tejar	23
Cooperativa coopanela -sandona	Sandona	Sandona	25
Asociación fuerza agrovital	Sandona	San Miguel	24
Asociación 20 de julio	Linares	La Tola	20
Asociación grupo asociativo la solita	El peñol	Pueblo Viejo	30
Asociación de mujeres y jovenes campesinas agropecuarias,empresarias ambientalistas y tejedoras de paz de cajibío cauca."agromujeres de paz"	Cajibío	La Florida	21
Fundación agua y vida	El tambo	Las Botas	120
Asociación de productores aropecuarios de los corregimientos del rosario y el recuerdo bajo de cajibío."aspraderc"	Cajibío	Tropical Tumaco	20
Asociación de productores integrales agroecologicos de mariquita - asiproama	Mariquita	La Cabaña	35
Asociación de productores de panela y otros productos de la region primavera-agroprimavera	Villahermosa	Primavera	65
Asociación de productores de panela de palo cabildo-asopal	Palo cabildo	Palo Cabildo	40
Asociación de productores de panela de santa ana de falan-apsaf	Falan	Mondeco	25
Asociación de productores de panela de fresno y del norte del tolima-apropanela	Fresno	El Guayabo	40
Asociación de paneleros de pitalito-asopanelpi	Pitalito	Bombo	18
Asociación agropecuaria dulce sureña	Isnos	Capillas	22

Asociación de productores de panela agrosostenible de la vereda salen	Isnos	Salen	26
Asociación de productores agropecuarios de guayabal	Guayabal de síquima	Centro Guayabal De Siquima	30
Asociación comunitaria monte santo ecológico por el agua	Guayabal de síquima	Pajonal	5
Asociación campesina con aroma de mujer	Nocaima	Centro De Acopio Plaza De Mercado	45
Asociación de agricultores de nocaima	Nocaima	Centro De Acopio Plaza De Mercado	72
Asociación de paneleros de la vega	La vega	Centro De Acopio Plaza De Mercado	23
Asociación de productores paneleros de petaquero	La vega	Petaquero	5
Asociación de productores y comercializadores de caña asobuenacaña	Buenavista	El Toro	25
Asociación agropecuaria e industrial de la carrera	Maripi	La Carrera	28
Asociación productora y comercializadora agropecuaria los trapicheros	Maripi	Llano De Palmas	23
Asociación agropecuaria el porvenir	Maripi	El Palmar	50
Totales			1824

El análisis de las 40 evaluaciones ICO de línea base aplicadas a las empresas asociativas dieron como resultado una media de 48 puntos sobre 100.

Estado Organizaciones	Puntaje	No. Empresas Asociativas ICO Línea Base
Precario	47 o menos	15
En Desarrollo	48 a 78	23
Consolidado	79 a 100	2

Tabla 1. Resultados ICO línea base

Actividad 2.

Elaboración de planes de fortalecimiento socio empresarial.

El Plan de Fortalecimiento Socio-Empresarial es una guía para que las directivas de las organizaciones orienten su trabajo y se mejore en los diferentes aspectos analizados, al realizar una serie de tareas que vistas como un todo y desarrolladas mejoraran las condiciones organizativas, gerenciales y administrativas de la Empresa Asociativa Rural. En el Plan se desarrollan los siguientes componentes.

Democracia y participación.

Las organizaciones son más fuertes en la medida en que las relaciones entre los directivos y las bases son más cercanas, lo cual genera confianza entre las partes, para ello se recomiendan emprender acciones que atiendan los siguientes aspectos:

- Frecuencia de Reuniones estableciéndolas de acuerdo a los estatutos, para asambleas y reuniones de directivas.
- Elaboración de planes de trabajo semestrales y anuales para el Consejo de Administración y verificar avances y logros.
- Revisar el tema de elaboración de actas de reunión
- Mantener actualizada toda su documentación de vigencia legal. Cámara de Comercio.
- Revisar el funcionamiento o conformación de los comités de apoyo (solidaridad y educación)
- Revisión de estatutos para establecer si es necesario una reforma estatutaria
- Mejorar o establecer canales de comunicación formales dentro de la organización.

Patrimonio: El patrimonio está determinado por los recursos que la organización consigue a través del desarrollo de su negocio y la prestación de servicios, y los que recibe de fuentes externas. Se establecerán acciones en los siguientes aspectos:

- Revisar el tema de aportes sociales para el sostenimiento de la organización
- Establecer los mecanismos de ahorro y capital de trabajo de la organización.
- Analizar y capacitarse sobre líneas de crédito bancario
- Identificar los programas, definir las propuestas y preparar los proyectos para presentarlos en las diferentes convocatorias
- Mejorar las condiciones de la sede en aseo, pintura y pequeñas adecuaciones.
- Establecer un fondo de mantenimiento para los equipos y fecha para mantenimiento preventivo de equipos.

Gerencia y administración: El proceso de administración y gerencia de las organizaciones está representado en el control y el seguimiento de las operaciones para cumplir con las reglas establecidas, el manejo eficiente de los recursos y procesos, la gestión de proyectos y el apalancamiento de recursos para su desarrollo. Las actividades que se pueden desarrollar en este componente son:

- Diseñar el Plan Estratégico y Operativo

- Elaborar el plan de Acopio y Comercialización de caña y panela que tiene la organización, con la información de las personas que procesan en el trapiche, áreas, producción, presentaciones).
- Establecer Mecanismos de Evaluación de la gestión y avances de compromisos.
- Revisar y/o elaborar Informes Financieros y Contables
- Mantener al día los pagos de obligaciones tributarias
- Manejo documentado de los egresos de la caja Menor - Recibos y Facturas
- Capacitar a los socios que ejercen funciones de control y vigilancia para que su gestión sea proactiva.

Negocios y servicios: Además de ser los mecanismos para funcionar, crecer y desarrollarse, los negocios y servicios que prestan las organizaciones de productores son los puentes efectivos entre las organizaciones y sus socios. Para desarrollar este componente se proponen las siguientes acciones:

- Fortalecer y gestionar ante las entidades programas de asistencia técnica y certificación.
- Fortalecer la imagen de la organización como alternativa de comercialización de los socios a través de la identificación de mercados nuevos para los socios o acuerdos comerciales.
- Capacitar a los socios sobre nuevos mercados e incentivar la innovación de productos y presentaciones.
- Fortalecer alianzas comerciales con los bancos que hacen presencia en la región de manera que asesoren a sus asociados en el acceso al crédito
- Crear mecanismos para brindar información de precios y mercados
- Coordinar con las entidades procesos de información a los socios sobre los distintos programas sociales que existen y puedan ser de beneficio para sus asociados y familias.
- Promover capacitaciones de BPA y BPM por parte de la organización

Desarrollo Humano: La organización debe mejorar los niveles educativos de sus asociados y fortalecer las prácticas de buen gobierno en los diferentes niveles estableciendo actividades como las siguientes:

- Promover la capacitación de los socios en temas como liderazgo, resolución de conflictos, participación, empresarismo, cooperativismo y asociatividad
- Promover el uso de las herramientas informáticas en los socios (equipos de cómputo, internet, Smartphone)
- Mejorar los ingresos de los socios vía fortalecimiento comercial de la organización
- Promover la cultura de la resolución de conflictos y la paz social entre los socios, la comunidad y la sociedad.
- Promover la participación de las mujeres en la organización y Mujeres en órganos de Dirección
- Establecer un comité dentro de la organización que desarrolle o gestione programas sirva de facilitador entre los socios y las entidades que ofrecen programas dirigidos a Familias, jóvenes y niños.



Imagen 1. Reuniones planes de trabajo de las Empresas asociativas

Objetivo 2. Impulsar que 200 mujeres pertenecientes a la Red tengan ingresos incrementados en 80 emprendimientos con participación decisoria, empoderamiento y mejoren autonomía económica.

Actividad 1.

Identificación 80 emprendimientos de las mujeres

Se aplicó la ficha de identificación de los 80 emprendimientos donde se recolecta la siguiente información

- Información de la emprendedora: nombre, No. documento, departamento, municipio, No. telefónico:
- Información del emprendimiento: Nombre, documento cámara de comercio, Rut
- Productos del emprendimiento
- Marca del Emprendimiento
- Tipo de Emprendimiento: Individual, familiar, colectivo

Actividad 2.

Diseño del Plan de trabajo emprendimientos de las mujeres

Una vez identificado y evaluado el emprendimiento se procedió a diseñar el plan de trabajo del emprendimiento de manera conjunta con la mujer emprendedora.

Estos planes de trabajo tienen por objetivo:

Fortalecer el emprendimiento femenino mediante el desarrollo de estrategias que promuevan la capacitación, el acceso a recursos financieros, la mejora de habilidades de gestión empresarial y la creación de redes de apoyo. El objetivo es fomentar la autonomía económica, la sostenibilidad a largo plazo y la visibilidad de las emprendedoras, generando un entorno inclusivo y equitativo que impulse su crecimiento y liderazgo en el mercado.

Los planes de trabajo para fortalecer los emprendimientos femeninos paneleros incluyen las siguientes actividades estratégicas que abordan diferentes áreas clave del negocio y las necesidades específicas de las emprendedoras. Algunas actividades son:

1. Capacitación y Formación:

- Talleres sobre gestión empresarial, marketing, finanzas, ventas, y liderazgo.
- Cursos sobre habilidades digitales y herramientas tecnológicas para mejorar la eficiencia del negocio.
- Formación en habilidades blandas, como comunicación efectiva, negociación y toma de decisiones.

2. Mentoría y Asesoramiento:

- Creación de un programa de mentoría que conecte a las emprendedoras con empresarias y profesionales con experiencia.
- Asesoramiento individualizado en áreas específicas como finanzas, estrategia de negocio y crecimiento.

3. Acceso a Financiamiento:

- Talleres sobre cómo acceder a fondos y microcréditos para emprendedoras.
- Promoción de fondos de inversión y programas de apoyo financiero destinados a mujeres emprendedoras.
- Preparación para presentar proyectos a inversionistas o instituciones de crédito.

4. Redes de Apoyo y Networking:

- Promover la participación en eventos y ferias para conectar a las emprendedoras con otras empresarias, clientes y proveedores.
- Creación de grupos de apoyo donde las emprendedoras puedan compartir experiencias y colaborar.
- Participación en plataformas digitales de networking para emprendedoras.

5. Desarrollo de Marca y Visibilidad: Talleres de branding y estrategias para aumentar la visibilidad de los negocios de las emprendedoras:

- Capacitación en redes sociales y marketing digital para promover productos y servicios.
- Apoyo en la creación de una identidad de marca fuerte y coherente.

6. Fortalecimiento de la Red de Colaboradores:

- Fomentar alianzas con otras pequeñas empresas, instituciones y organizaciones que apoyen el emprendimiento femenino.
- Promover acuerdos de colaboración para el intercambio de servicios y la ampliación de mercados.

7. Seguimiento y Evaluación:

- Establecimiento de indicadores de desempeño para medir el impacto de las actividades realizadas.

- Sesiones de retroalimentación periódica para conocer las necesidades y desafíos de las emprendedoras.
- Ajustes y mejoras continuas en el plan de trabajo según los resultados obtenidos.

Estas actividades se ejecutan de manera integrada y adaptada a las características particulares del grupo de emprendedoras, asegurando un enfoque inclusivo y personalizado.



Imagen 2. Reuniones planes de trabajo y capacitaciones con Mujeres Emprendedoras Paneleras.

Objetivo 3.

Promover que 160 jóvenes pertenecientes a la Red de juventud agrupados en 48 emprendimientos mejoren la gestión en sus emprendimientos e ideas de negocio por medio de planes de trabajo y acompañamiento con enfoque diferencial y de género

Actividad 1.

Identificación de 48 emprendimientos de los jóvenes

Se aplicó la ficha de identificación de los 48 emprendimientos donde se recolecta la siguiente información

- Información de la emprendedora: nombre, No. documento, departamento, municipio, No. telefónico:
- Información del emprendimiento: Nombre, documento cámara de comercio, Rut
- Productos del emprendimiento
- Marca del Emprendimiento
- Tipo de Emprendimiento: Individual, familiar, colectivo

Actividad 2.

Diseño del Plan de trabajo emprendimientos de juventud

Fortalecer el emprendimiento juvenil mediante el desarrollo de capacidades emprendedoras, el acceso a herramientas tecnológicas y el fomento de la innovación, con el fin de impulsar la creación de empresas sostenibles y competitivas. El plan buscará proporcionar recursos educativos, apoyo en la gestión financiera y la promoción de redes de contacto, generando un entorno favorable para que los jóvenes emprendedores lideren proyectos exitosos, contribuyendo al desarrollo económico y social de su comunidad.

El plan de fortalecimiento para el emprendimiento juvenil incluye una serie de actividades enfocadas en el desarrollo de habilidades, el acceso a recursos, y la creación de un entorno propicio para el éxito de los jóvenes emprendedores. Algunas actividades clave que se contemplan son:

1. Capacitación y Formación Continua:

- Talleres y Cursos sobre Gestión Empresarial: Enfocados en la creación, administración y expansión de negocios (planificación, modelos de negocio, estrategias de marketing, etc.).
- Formación en Innovación y Creatividad: Fomentar la capacidad de generar ideas innovadoras y soluciones creativas para enfrentar desafíos empresariales.
- Desarrollo de Habilidades Digitales: Capacitar en el uso de herramientas tecnológicas, software de gestión empresarial, comercio electrónico y marketing digital.

2. Mentoría y Asesoramiento:

- Programa de Mentoría: Conectar a los jóvenes emprendedores con empresarios y expertos que puedan brindar orientación, consejos prácticos y apoyo estratégico.
- Asesoramiento Personalizado: Ofrecer asesorías individuales en áreas clave como finanzas, marketing, gestión de recursos humanos y ventas.

3. Acceso a Financiamiento:

- Talleres sobre Financiamiento e Inversiones: Enseñar cómo acceder a fondos, créditos y subvenciones destinados a emprendedores jóvenes.
- Fomento de Redes de Inversión: Crear eventos donde los jóvenes puedan presentar sus proyectos a inversionistas, incubadoras de empresas o fondos de inversión.
- Preparación para Pitching: Entrenamiento en la presentación de proyectos de manera efectiva para captar la atención de posibles inversores.

4. Redes de Contacto y Networking:

- Eventos de Networking y Encuentros Empresariales: Crear espacios donde los jóvenes emprendedores puedan conectar con otros empresarios, mentores y profesionales del sector.
- Plataformas Digitales de Networking: Facilitar la creación de redes de contacto a través de plataformas online donde los jóvenes puedan intercambiar ideas y formar alianzas estratégicas.

5. Desarrollo de Marca y Visibilidad:

- Talleres de Branding y Posicionamiento: Ayudar a los jóvenes emprendedores a crear una identidad de marca sólida y estrategias para mejorar la visibilidad de sus negocios.
- Marketing Digital: Capacitación sobre el uso de redes sociales, creación de contenido, SEO y otras estrategias para aumentar la presencia en línea.
- Promoción en Medios y Eventos: Facilitar la participación en ferias, exposiciones y eventos que les permitan dar a conocer sus productos o servicios.

6. Fortalecimiento de Competencias Personales:

- Desarrollo de Habilidades Blandas: Programas de formación en comunicación efectiva, liderazgo, trabajo en equipo, resolución de conflictos y negociación.
- Gestión del Tiempo y Productividad: Entrenamientos para ayudar a los jóvenes a gestionar su tiempo y recursos de manera eficiente.
- Mindset Emprendedor: Impulsar una mentalidad positiva, resiliente y orientada al aprendizaje continuo y la toma de riesgos calculados.

7. Evaluación y Seguimiento:

- Monitoreo Continuo: Establecer indicadores de éxito y realizar un seguimiento continuo del progreso de los emprendedores para garantizar que se logren los objetivos propuestos.
- Evaluación de Impacto: Medir el impacto del plan de fortalecimiento mediante encuestas, entrevistas y análisis de los resultados obtenidos en términos de crecimiento empresarial, generación de empleo y sostenibilidad.

Estas actividades, bien estructuradas y adaptadas a las necesidades de los jóvenes, contribuirán al desarrollo de emprendimientos sólidos, sostenibles y con alto potencial de éxito en el mercado.



Imagen 3. Reuniones planes de trabajo y capacitaciones.

Objetivo 4.

Desarrollar en alianza con el sector educación la propuesta de Escuela Panela en 8 colegios rurales ubicados en zonas paneleras

Actividad 1

Alianzas constituidas escuela panela

Las alianzas firmadas y ratificadas en 2025 son con los siguientes colegios:

IED Cune	Villeta	Cundinamarca
IED San Pedro	El Tambo	Nariño
IED Las Lajas	Falan	Tolima
IED San Lorenzo	Riosucio	Caldas
IED Karmata Rua	Jardín	Antioquia
IED Nuestra Señora del Rosario	Cajibío	Cauca
IED Salen	Isnos	Huila
IED La Cabaña	Maripí	Boyacá

Actividad 2.

Diseño del Plan de trabajo escuela panela.

El Objetivo es Fomentar el espíritu emprendedor en los niños desde la escuela, a través de actividades prácticas y creativas que les permitan desarrollar habilidades de innovación, trabajo en equipo y resolución de problemas, con el fin de empoderarlos para que puedan identificar oportunidades y llevar a cabo sus propias iniciativas empresariales desde una edad temprana. Algunas actividades a desarrollar son las siguientes:

Talleres de Creatividad: Organizar sesiones donde los niños puedan explorar su creatividad a través de manualidades, arte o diseño de productos. Esto les ayudará a pensar fuera de la caja.

2. Proyectos de Negocios Simulados: Crear un proyecto donde los niños puedan desarrollar su propia idea de negocio, desde la concepción hasta la presentación. Pueden trabajar en grupos para fomentar el trabajo en equipo.

3. Visitas a Emprendedores Locales: Invitar a emprendedores de la comunidad para que compartan sus experiencias y hablen sobre cómo comenzaron sus negocios. Esto puede inspirar a los niños y darles una visión realista del emprendimiento.

4. Ferias de Emprendimiento: Organizar una feria donde los niños puedan exhibir y vender sus productos o ideas. Esto les enseñará sobre el marketing y la gestión de un negocio.

5. Juegos de Rol: Realizar actividades donde los niños asuman diferentes roles dentro de una empresa, como gerente, vendedor o diseñador. Esto les ayudará a entender cómo funciona un negocio desde diferentes perspectivas.

6. Clases de Finanzas Básicas: Introducir conceptos simples de finanzas, como ahorro, inversión y presupuesto, para que los niños comprendan la importancia de la gestión del dinero.

7. Desafíos de Innovación: Proponer retos donde los niños deban encontrar soluciones creativas a problemas cotidianos. Esto estimula su pensamiento crítico y su capacidad para innovar.

8. Mentoría entre Pares: Fomentar un sistema de mentoría donde los niños más grandes puedan guiar a los más pequeños en sus proyectos, promoviendo el aprendizaje colaborativo.

Estas actividades no solo ayudarán a desarrollar habilidades emprendedoras, sino que también fomentarán la confianza y la colaboración entre los niños.



Imagen 4. Procesos de capacitación Escuela Panela

Objetivo 5.

Implementar procesos de sensibilización y formalización laboral en 32 pilotos conforme a la normatividad vigente y de Seguridad y Salud en el Trabajo - SGSST en el subsector panelero.

Actividad 1.

Identificación y evaluación de 12 unidades productivas en los departamentos de Cundinamarca, Huila y Tolima en los siguientes aspectos:

- Diagnóstico de la Unidad productiva
- Valoración de los riesgos en la unidad productiva.

Actividad 2.

Planes de trabajo de los 12 pilotos de sensibilización en formalización laboral y SST en los departamentos de Cundinamarca, Tolima y Huila que atiendan los siguientes aspectos:

- Medidas de prevención y control
- Recomendaciones de mejoras de la Unidad productiva
- Medidas de prevención y control.



Imagen 5. Planes de trabajo en SST en Unidades Productivas

PROGRAMA COMERCIAL GESTIÓN 2024.

Presentación a cargo de la Ing. Yulieth Olarte:

Durante el año 2024 se dio continuidad a las actividades proyectadas en la ficha del programa comercial, cuyo objetivo principal era el desarrollo de capacidades, habilidades y alistamiento de productores y agro empresas para su incursión exitosa en nuevos mercados identificados con oportunidades comerciales. Durante este periodo, se llevaron a cabo diversas acciones, entre las que se destacan las actividades de seguimiento a la planeación comercial donde fueron asesoradas 3 agro empresas, en colaboración con la academia, se busca mejorar las competencias y habilidades de las agro empresas paneleras y optimizar sus procesos en una iniciativa en la que participan docentes, estudiantes de posgrado y empresarios del sector de empaques, buscando alternativas para enfrentar los desafíos identificados en el sub sector, participación 26 agro empresas en 2 eventos comerciales, asesoría exportadora a 31 empresas, e identificación y caracterización de 2 nuevos mercados.

El año comenzó con la publicación de la Circular 010 de 2023 por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en la cual se anunció un cambio en la administración del contingente de exportación libre de aranceles hacia los Estados Unidos, adoptando el criterio de "primer llegado, primer servido". Este cambio representó una gran oportunidad para el sector de las exportaciones de panela colombiana, ya que redujo significativamente la incertidumbre de los exportadores, permitiendo una planificación más precisa del negocio internacional.

Lo mismo ocurrió con la publicación de la circular No. 012 de 2024 correspondiente a la Distribución y administración del contingente de exportación de azúcar sin refinar y panela de la Organización Mundial de Comercio (OMC) a Estados Unidos 2024-2025, asignando bajo el criterio "primer llegado, primer servido". Permitiendo cumplir con un 100% de utilización de la cuota al mes de diciembre del 2024.

A lo largo de 2024, el mercado internacional de panela colombiana continuó su tendencia de crecimiento, logrando un aumento significativo del 26% en comparación con el año anterior, con una fuerte concentración en Estados Unidos. Ante este panorama de expansión, se llevaron a cabo acercamientos estratégicos a nuevos mercados internacionales con interés en productos derivados de la caña panelera. Entre estos, destaca Arabia Saudita, donde se firmó un acuerdo de entendimiento y se avanzó en la estructuración de costos para exportación. Asimismo, en China se identificó la posibilidad de iniciar ejercicios de exportación de mieles, un producto altamente atractivo para los consumidores asiáticos.

El crecimiento de las exportaciones de panela en mercados internacionales como Estados Unidos y Europa ha generado un panorama favorable para los productores y comercializadores de este producto. Sin embargo, cumplir con los requisitos legales, técnicos y comerciales establecidos por los diferentes entes gubernamentales y normativas internacionales es fundamental para garantizar el éxito en los procesos de exportación. Este documento aborda los principales aspectos relacionados con los trámites, cuotas y requisitos necesarios para exportar panela, destacando temas críticos como las cuotas arancelarias bajo los acuerdos TLC y OMC, las formalidades empresariales, y la resolución de problemáticas logísticas.

Tabla 1. Avances de las metas y logros proyectados del programa apoyo a la gestión comercial para el año 2024

METAS Y LOGROS DEL PROGRAMA COMERCIAL FEDEPANELA 2024			
ACTIVIDAD	META DEL PROGRAMA	LOGROS 2024	%ACUMULADO
Asesorías a agro empresas para el alistamiento comercial	14 asesorías a agro empresas para el alistamiento comercial, donde se evidencie el cumplimiento técnico, legal y documental	24	24/14 (100%)
Planes de cadena de suministro para mejora de la competitividad	4 diseños de cadena de suministro para integración y mejora de la competitividad de empresas paneleras	4	4/4 (100%)
Informe de gestión para la apertura de nuevos mercados en la agroindustria y el canal horeca	10 informes de gestión para la identificación de nuevos mercados en la agroindustria y el horeca	10	10/10 (100%)
Acercamientos comerciales	30 acercamientos comerciales	30	32/30 (100%)
Asesoría en procesos de comercialización internacional	30 empresas asesoradas	31	31/30 (100%)
Informes de inteligencia de mercados	2 informes	2	2/2 (100%)
Infografías informativas de interés para el sector	4 infografías de interés comercial diseñadas y compartidas	4	4/4 (100%)
Agro empresas participan en eventos comerciales	10 agro empresas participan en eventos comerciales	26	26/10 (100%)
Eventos de difusión en temáticas de interés comercial	4 eventos de difusión en temáticas de interés comercial	9	9/4 (100%)

Desarrollo de actividades de la ficha del programa comercial 2024

2. Asesoría a agro empresas para el alistamiento comercial.

La asesoría a las organizaciones y empresas paneleras en el alistamiento comercial consiste en la revisión del estado actual de las agro empresas respecto al cumplimiento de los requerimientos para el acceso a mercados formales, identificación de brechas comerciales de cada una de las organizaciones por parte del equipo del área comercial. Con base en el diagnóstico realizado, se formula un plan que permita cubrir las brechas identificadas, orientado al mercado que esperen atender y de los requerimientos específicos que cada organización formule. Las organizaciones acompañadas fueron 24 y los componentes desarrollados, en cada caso, se presentan a continuación.

- **ASOPROMIELES:** Se llevó a cabo un acompañamiento continuo con la asociación de mieles de Quipile, ASOPROMIELES, para impulsar la producción de panela hacia mercados formales, específicamente hacia la central de mieles de Quipile. Durante el primer trimestre de 2024, se ha apoyado a la organización en la actualización y depuración de la estructura de costos, con el fin de proporcionar herramientas para la toma de decisiones sobre precios de venta. También se busca identificar y corregir aspectos técnicos y sociales necesarios para mejorar el desempeño productivo y comercial.
- **ASOPAL:** La Asociación de Paneleros de Palocabildo (ASOPAL) solicitó acompañamiento en la actualización de los costos de producción para la central de mieles del municipio, siguiendo la recomendación de un posible aliado comercial. Además, pidieron apoyo en algunas reuniones con este aliado. Desde el área comercial, se trabajó de manera virtual con representantes de la asociación en la estructuración y actualización de los costos, estableciendo indicadores como la capacidad de producción y los tiempos de operación. Se espera continuar apoyando en la planificación de la producción para lograr un acuerdo comercial viable.
- **ASOTRAPICHES:** La asociación Asotrapiches, ubicada en Villeta, Cundinamarca, está gestionando el trámite y registro de una marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), ya que cuenta con los equipos necesarios para la producción y empaque de productos. La marca es fundamental para dinamizar su comercialización. Aunque un intento previo de registro ante la SIC fue rechazado, actualmente se están creando nuevos sellos distintivos con el apoyo del comité comercial de la asociación. Se espera lograr la marca para iniciar las actividades comerciales lo antes posible.
- **REGALÍAS NARIÑO:** Se realizó apoyo en estimación de cantidades de insumos, equipos y demás elementos a ser adquiridos para el proyecto de centrales de mieles con recursos del SGR Nariño; se realizó la solicitud de cotizaciones de los mismos, a partir de lo cual se apoyó en la estimación del nuevo presupuesto para retomar las actividades de dicho proyecto, como parte de las actividades a cargo del área comercial.
- **MONTECAÑA:** Se realizó una visita de seguimiento para evaluar el avance en la comercialización de la panela pulverizada en presentación sachet, donde se observó una expansión de su oferta en tiendas de café en Caldas y Tolima, conforme a lo discutido en 2023. También se actualizó la documentación para continuar con la certificación de negocios verdes. Durante la visita, se validó el suministro de panela pulverizada, encontrando que la reducción de proveedores se debía a problemas de humedad, que no era adecuada para la presentación en sachet. Los ingenieros de calidad indicaron los rangos adecuados para este tipo de producto. Además, se validaron los materiales para un evento internacional, incluyendo el producto, la ficha técnica y el material de promoción.
- **CAÑA DORADA:** Visita de diagnóstico de la operación integración del cultivo al producto. Se validaron los altos estándares de calidad, la inserción de tecnología con una proyección de diversificación en diferentes líneas tales como licores y otros productos derivados. En dicha visita, junto con el área administrativa se llegó al acuerdo de iniciar la asesoría exportadora con el fin de perfilar la empresa, identificar nuevos mercados y promover la oferta exportable. En el segundo trimestre se brindó asesoría sobre el trámite de solicitud y tarifas del Invima para avena con panela. Se recomendó aprovechar las 10 variedades registradas para evitar modificaciones en el proceso.
- **COARALI:** Se proporcionó asesoría sobre exportación de panela a España, incluyendo investigación de mercado, requisitos de acceso y costeo logístico, a la espera de que la empresa realice una investigación de mercado.

- **ALBA MACIAS:** Se orientó sobre los requisitos legales y la formalización de la empresa para iniciar la comercialización de panela. Se aclaró que no se entregan bases de datos de productores y se sugirió identificar la presentación del producto.
- **AGROPRIMAVERA:** Se apoyó en la construcción y ajuste de la ficha técnica del producto para la asociación del Tolima como parte de su documentación comercial.
- **MANUEL YARCE** Se brindó asesoría sobre los requisitos de formalización para iniciar la comercialización de panela, especialmente con miras a exportación directa. Se les proporcionó información para el acompañamiento en campo.
- **ASOPROCARPA:** Se apoyó en el diseño de una presentación comercial para dar a conocer la misión y oferta de la asociación, facilitando futuros acercamientos comerciales.
- **CRISTINA RIVERA:** Se brindó asesoría sobre la formalización de la empresa y los requisitos internacionales para la exportación de panela. Se destacó la necesidad de desarrollar marca propia, empaque y ficha técnica para exportación a Uruguay y Paraguay.
- **PANELA NATIVA Y ASONIMAIMA:** Se orientó sobre los requisitos para exportación a Reino Unido y se trabajó en el diseño de la ficha técnica y la estructura de costos de producción para la comercialización de panela.
- **PANELA RIVERA:** Se brindó asesoría sobre registro de marca, exportación y costos de producción a esta empresa de Boyacá, que busca ser proveedora de exportadores y eventualmente realizar exportación directa.
- **PULVIPANELA:** Se ayudó a esta empresa de Santander a establecer la estructura de costos para la exportación, ya que planean incursionar en la exportación directa. Se avanzó en el análisis de cubaje para panela pulverizada.
- **PANELA PROVINCIA:** Se trabajó con el equipo de mercadeo y Giovanni Quiroga en la revisión de la presentación comercial de la empresa. Se sugirieron cambios en el diseño y contenido para hacerla más visualmente atractiva y destacar su oferta de productos.
- **ACERÍAS PAZ DEL RÍO:** Se avanzó en identificar oportunidades para los productores de la zona, promoviendo el consumo local de panela antes de explorar mercados fuera de la región. Además, se coordinaron esfuerzos con la Universidad Agraria para fortalecer la innovación y las capacidades logísticas de los productores.
- **PANELA NATIVA:** Se brindó acompañamiento a Misael Hernández en el proceso de generar códigos de barras para sus productos, a través del programa de Logyca, con la posibilidad de modificar los productos en la plataforma.
- **MUNDO PANELA:** Se revisó la presentación comercial de la empresa, corrigiendo aspectos de redacción y diseño. También se recomendó actualizar la tabla nutricional según la normativa vigente (Resolución 810 de 2021).
- **TROPIPANELA:** Se asesoró a Yenni en la parte comercial, destacando su éxito en la comercialización con Compensar. Se trabajará en la expansión comercial, incluyendo el análisis de costos para compras públicas, exportaciones y cumplimiento sanitario para la panela pulverizada.

saborizada. Además, Tropipanela forma parte del programa de negocios verdes de la CAR y tiene el Sello Dorado de la Gobernación de Cundinamarca.

- **EXCELSIOR CIBUS SAS:** Se realizó una reunión solicitada por la Sra. Patricia Pérez, Gerente de Excelsior Cibus, con su equipo de trabajo. En colaboración con la ingeniera María Fernanda, se presentó la normativa sobre etiquetado y rotulado de la panela saborizada, así como la resolución 5109/2005. También se explicó el funcionamiento del impuesto saludable, destacando que el sello debe aplicarse según si el producto es una bebida o un alimento ultra procesado. Se continuará el seguimiento para asegurar que se implementen los ajustes necesarios en el empaque de los productos según las observaciones realizadas.
- **YAMID BLANCO:** Se brindó apoyo al productor de Chitaraque, Boyacá, en la producción de mieles invertidas para exportación, junto con la ingeniera María Fernanda. El objetivo fue orientarlo en este proceso, abriéndole oportunidades para nuevos productos y mercados. Se acordó que las ingenieras Martha y Sol Angie lo asistirán en el desarrollo de este producto por primera vez.
- **COMERCIALIZADORA Y EMPACADORA PANELAS DEL SUR SAS:** Se ofreció apoyo en la gestión de códigos de barras para sus productos, facilitando su identificación comercial. Además, se brindó capacitación sobre etiquetado, incluyendo normativas y mejores prácticas de diseño y presentación de la información en los empaques, asegurando el cumplimiento de regulaciones y la competitividad en el mercado.

3. Planificación de la cadena de suministro.

A las siguientes empresas se les realizó el ejercicio de análisis y planeación de la cadena de suministro en los diferentes componentes que se mencionan a continuación:

TRAPICHE A VAPOR DE YARUMAL: Se está evaluando la viabilidad de reactivar el trapiche a vapor de Yarumal, que lleva años inoperativo. Se analizarán dos opciones: usar caña como materia prima o convertirlo en una planta acopiadora y procesadora de mieles. Se están identificando proveedores y optimizando la logística. Si el proyecto es viable, podría beneficiar a los productores de caña y miel de Yarumal, Campamento y Angostura, con una producción inicial de más de 130 toneladas de panela al año.

- El 8 de abril de 2024, en Villeta, Cundinamarca, se realizó un piloto para estructurar los costos logísticos de la cadena agroindustrial de la panela, con la participación de 24 productores de diversas asociaciones y algunos productores independientes. El ejercicio contó con el acompañamiento del coordinador departamental de Cundinamarca, un profesor del SENA y profesionales de Fedepanela. Una docente de la Universidad Agraria de Colombia explicó cómo diligenciar la herramienta para calcular los costos logísticos, basándose en un trabajo previo de más de un año entre las dos entidades. Los participantes completaron un formulario de recolección de costos, el cual será analizado y los resultados serán compartidos con los participantes y la Federación.
- Durante el tercer trimestre de 2024, se realizaron tres sesiones de análisis de costos en la cadena de suministro en municipios de la provincia del Gualivá, Cundinamarca, enfocadas en los mercados de compras públicas. Se analizaron tres tipos de productores de la región:
 1. **Productor tecnificado:** Realiza siembras nuevas y renovaciones periódicas de sepas cada 10 cortes, con rendimientos de 90 a 120 toneladas de caña por periodo vegetativo. Su molienda alcanza hasta 10 toneladas de panela.

2. Productor intermedio: No realiza siembras nuevas, pero sí repoblamiento intensivos, logrando rendimientos de 72 a 90 toneladas de caña por hectárea. Este productor maneja corte por entresaque y produce entre 1 y 1.5 toneladas de panela por molienda.
3. Productor pequeño: No realiza siembras ni renovaciones, y obtiene rendimientos de 50 a 55 toneladas de caña por hectárea. Tampoco accede a apalancamiento financiero ni realiza empaque individual de la panela.

Tras la estructuración de costos, se organizó la información y se presentó a los productores y entidades participantes, como la UPRA, la Agencia de Comercialización e Innovación de Cundinamarca y el Programa de Desarrollo para La Paz de Magdalena Centro, en un encuentro realizado el 20 de agosto en el SENA de Villeta.

- En cuanto a la planeación de las cadenas de suministro, el área comercial ha identificado mercados con gran potencial, pero que enfrentan desafíos logísticos. En colaboración con la Fundación Universitaria Agraria de Colombia (Uniagraria), la Pontificia Universidad Javeriana y el sector empresarial, se están desarrollando soluciones a estos desafíos mediante la metodología Open Space, involucrando docentes, estudiantes y empresarios. Se esperan los primeros resultados a finales de noviembre o principios de diciembre.

- El 15 de noviembre se presentó a estudiantes y docentes de ambas universidades los retos de la cadena de suministro de la panela en piloncillo hacia EE.UU., con la participación de una empresa exportadora que compartió su experiencia. Los días 22 y 23 de noviembre, los estudiantes presentaron los resultados de sus análisis sobre la logística de exportación de panela y mieles invertidas hacia EE.UU. y China, respectivamente, recibiendo retroalimentación del equipo comercial y de calidad de la Federación, lo que enriqueció el análisis.

- Finalmente, para cerrar las brechas de acceso a mercados especializados, el 26 de noviembre se realizó una socialización sobre la estructura de costos de producción para los productores orgánicos, a cargo de Jorge Durán de Trapiche Lucerna. Los productores de Cundinamarca pudieron conocer el modelo de costos de la federación y aprender a identificar los costos adicionales en la producción orgánica, lo que les ayudará a elaborar propuestas de precios competitivos y rentables.

4. Gestión para la identificación de nuevos mercados en la agroindustria y el HORECA

MIELES HACIA CHINA: Un posible cliente interesado en adquirir mieles para China solicitó información sobre el mercado, que requiere 30,000 toneladas de miel por mes. Se identificó que, debido a las capacidades actuales de los productores de miel estabilizada, es viable comenzar con 580 toneladas mensuales, con el objetivo de crecer gradualmente. Se seleccionaron productores de Boyacá, Santander y Cundinamarca para la fase inicial y se realizó un análisis de costos del proceso productivo y de exportación. También se preparó una propuesta formal al cliente, incluyendo presentaciones en español e inglés con detalles del producto y los volúmenes disponibles.

PANELA A ARABIA SAUDITA: Durante el congreso de la SAC, se estableció contacto con Orlando Issa Murra Benedetti de C.I. Global Murmor SAS, interesados en introducir panela pulverizada en Arabia Saudita. Tras una reunión, se acordó un plan de trabajo que incluyó la redacción y firma de un acuerdo de entendimiento entre las partes. Además, el área comercial ha avanzado en la estructura de costos, incluyendo los de exportación, para desarrollar una propuesta comercial y evaluar la viabilidad del negocio.

Se realizó la búsqueda de potenciales compradores internacionales en España, Alemania e Italia en el sector HORECA, con énfasis en empresas de panadería y usos de la panela en la industria alimentaria.

Se llevó a cabo la búsqueda de compradores internacionales en España, Alemania e Italia, enfocándose en el sector HORECA, particularmente en empresas de panadería y usos de la panela en la industria alimentaria. A nivel nacional, se buscaron agroindustrias medianas que consumen endulzantes, con el objetivo de ofrecerles panela y miel para desarrollar pilotos que utilicen la panela como ingrediente.

Articulación con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) y la Agencia de Desarrollo Rural (ADR): El 23 de julio se realizó una mesa de trabajo con el MADR y la ADR para aumentar la participación de los productores de panela en el mercado institucional. Se acordaron compromisos como el suministro de bases de datos de productores de Cundinamarca, el envío de menús y recetas a base de panela, y la inclusión de la Federación en una mesa técnica.

Proyecto Consulado de Colombia en Newark: Se está trabajando con el Consulado de Colombia en Newark para organizar una Feria en Pensilvania que promueva los productos de panela, café y cacao en el exterior, con el objetivo de impulsar las exportaciones. Se está coordinando con asociaciones de Caldas y buscando apoyo financiero de instituciones departamentales y municipales para participar eficientemente en este evento.

Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

Se realizó un segundo encuentro con la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, en el que participaron expertos en áreas jurídicas, abastecimiento y aspectos técnicos. El objetivo fue coordinar esfuerzos para asegurar el abastecimiento de panela a nivel nacional, reafirmando el compromiso de las Fuerzas Militares de proporcionar productos de calidad para el bienestar y nutrición de su personal.

Informe de Posicionamiento de Panela Pulverizada y Miel en Italia y España.

Se presentó una estrategia para posicionar la panela pulverizada y la miel de caña en los mercados de Italia y España, dos países con creciente demanda de productos naturales y saludables. Esta estrategia busca diversificar el portafolio y aprovechar la tendencia de consumo de alimentos orgánicos y naturales en estos mercados.

Informe sobre el Uso de Miel de Caña en el Sector Farmacéutico Colombiano.

Se propuso una estrategia para introducir la miel de caña en el sector farmacéutico colombiano, destacando sus propiedades antioxidantes. Con el creciente interés por productos naturales en la farmacéutica, la miel de caña tiene un gran potencial como ingrediente en suplementos alimenticios, medicinas herbales y cosméticos naturales.

Informe sobre Usos de la Panela en el Canal Horeca.

Se exploraron las oportunidades de la panela y miel de caña en el canal HORECA (hoteles, restaurantes y catering), debido a su capacidad para sustituir el azúcar y ofrecer alternativas más

naturales y nutritivas en la gastronomía. Se analizó su aplicación en postres, bebidas, aderezos y marinados.

Informe sobre el Potencial de Incorporación de Panela en Restaurantes y Hoteles de Bogotá.

El informe identificó restaurantes y hoteles en Bogotá con el potencial de incorporar panela en sus menús o en tratamientos de bienestar y cosméticos, destacando el interés por productos locales y la tendencia hacia la cocina saludable en establecimientos innovadores.

4. Acercamientos comerciales.

Durante lo corrido del año se realizaron los siguientes acercamientos comerciales, buscando articular a la demanda de panela, con los proveedores:

COOPCULTIVARTE Y AAPC: Se formó una alianza entre CoopCultivarte (Tolima) y la Asociación de Paneleros de Caparrapí para exportar panela tipo piloncillo a Estados Unidos. En el primer trimestre, entregaron 57,88 toneladas, equivalentes a tres contenedores.

ASOSEYNEKUN – BIOALIMENTACIÓN: Se realizó un suministro inicial de 2 toneladas de panela pulverizada para exportación. Se trabajó en la caracterización del producto y en la documentación necesaria para cumplir con los requisitos de exportación, incluyendo ajustes en el empaque.

CM ÚTICA – M&P Distribution INC: M&P Distribution INC, un cliente con un mercado diversificado, mostró interés en comprar panela en presentación de piloncillo de 8 oz. Se estiman 10 contenedores anuales. Tras una reunión y visita a la planta, se avanzó en la presentación de una propuesta de precios para negociar el suministro continuo.

INVERSIONES DOIMA: Inversiones Doima solicitó apoyo para contactar proveedores de panela, con un mercado potencial de 400 toneladas en bloque. Se están evaluando productores de Tolima, Cundinamarca y el Eje Cafetero, buscando optimizar costos de transporte y garantizar calidad y volumen.

COOPCULTIVARTE - CI SOEXCOL: Se estableció un acercamiento comercial entre Coopcultivarte del Tolima y Soexcol para suministrar 4 toneladas mensuales de panela en diferentes presentaciones. Se brindó apoyo en la revisión de la ficha técnica para el uso de sorbato de potasio, necesario para acceder al mercado de Australia.

ASOPRORCAPA - CI SOEXCOL: Se realizó otro acercamiento con la Asociación Asoprocarpa de Risaralda y Soexcol para el suministro de 4 toneladas mensuales de panela en diversas presentaciones, similar al caso anterior.

VECOL: El 7 de marzo, se discutió el suministro de miel de caña para rumiante con la empresa VECOL, que solicitó 524 toneladas en garrafones de 10 kg. Se envió cotización a la espera de una respuesta para formalizar la negociación.

HACIENDA CARLINA - DESTILADORA LICORES ARTESANALES: Se intentó establecer un acuerdo de suministro de miel entre Carolina Pinzón y la destiladora, pero no hubo interés o respuesta oportuna por parte del cliente.

ASOPROPANOC - HACIENDA CARLINA: Similar al caso anterior, se intentó una negociación con la Asociación de Nocaima para el suministro de miel, pero no se obtuvo una respuesta positiva del cliente.

HENRY ACOSTA TOGÜÍ - HACIENDA CARLINA: El acercamiento comercial con Henry Acosta también resultó en la falta de comunicación posterior por parte del cliente.

REUNIÓN TERRAGUSTO CANADÁ: Se realizó un acercamiento con Diana Suarez de Terragusto (Canadá) para explorar la posibilidad de comercializar panela en varias presentaciones. Se planea una segunda reunión para continuar con los acercamientos.

BLACK MILL - PANELA VICTORIA: Black Mill solicitó suministro de panela en varias presentaciones (caja de 25 libras, piloncillo, redonda, etc.), con una cotización enviada para 20 toneladas, a la espera de respuesta del cliente.

BLACK MILL - YAMID ARNOLD BLANCO: Similar al caso anterior, se discutió el suministro de 20 toneladas de panela en varias presentaciones, con la entrega directa de la etiqueta.

LA VICTORIA – SOEXCOL: Se realizó un acercamiento con Panela Victoria para suministrar panela en varias presentaciones. Se enviará cotización considerando empaques y etiquetas.

ASPRUT – BLACK MILL: Se trabajó en la solicitud de cotización para el suministro mensual de panela en varias presentaciones, con atención a detalles logísticos como empaques, estibas y costos de producción.

PACIFIC S.A.S – EXPORTACIÓN DE MIELES A CHINA:

Se está preparando una propuesta para exportar 20 mil toneladas de mieles mensuales a China, contactando proveedores de varios departamentos para definir el más adecuado en costos y logística.

INPESANDINA S.A.S – PANELA GRANULADA ORGÁNICA PARA EXPORTACIÓN:

Inpesandina busca proveedores de panela granulada orgánica para exportar a la Unión Europea en presentaciones de 500 g y 1000 g, y se iniciarán acercamientos comerciales tras verificar la formalidad de la empresa.

PRODUCTOS BETANIA – PILONCILLO USA

La Sra. Adriana Sánchez, representante de Productos Betania, solicitó la exportación de panela hacia EE.UU. en dos presentaciones: piloncillo de 8 oz en caja de 50 unidades y panela pulverizada en bolsa Doy pack de 454 g en caja de 24 unidades. La Federación presentó una propuesta comercial ajustada, incluyendo los costos de entrega en destino, pero aún se espera la retroalimentación del cliente para confirmar el acuerdo.

PRODUCTOS BETANIA – COOPCULTIVARTE

Se inició un proceso de encadenamiento productivo con Coopcultivarte, representado por el Sr. Eduardo, para cumplir con la solicitud de la Sra. Sánchez. Sin embargo, debido a la falta de experiencia de Coopcultivarte en exportación directa, se descartó esta opción de proveeduría.

CARLOS RODRÍGUEZ – PILONCILLO USA

Se envió una cotización y muestras para la proveeduría de panela piloncillo a la empresa Moreno and Sons Company.

SUMINISTRO DE PANELA PILONCILLO, PULVERIZADA Y MIEL USA – EMPRESA DSL

Se estructuró el costo para el suministro de panela piloncillo, pulverizada y miel a la distribuidora DSL, cuyo principal cliente es la cadena de almacenes Sedanos en Miami, bajo el término de incoterms CIF.

JUST PANELA – PANELA DON PEDRO PULVERIZADA ORGÁNICA

Just Panela solicitó 12 toneladas de panela pulverizada orgánica certificada y 5 toneladas de panela pulverizada convencional. Se realizó un acercamiento con el productor Panela Don Pedro, que cuenta con certificación orgánica, y se emitió una cotización. Se espera la respuesta del cliente para determinar si se ajustarán los precios o se formalizará el acuerdo.

JUST PANELA – RICARDO CERÓN PULVERIZADA CONVENCIONAL

Just Panela solicitó 5 toneladas de panela pulverizada convencional. Se contactó al productor Ricardo Cerón, que solo produce pulverizada convencional, y se espera la cotización para continuar con el proceso.

SUCDEN COLOMBIA – PANELA DON PEDRO

Se realizó un seguimiento para un posible suministro de panela pulverizada orgánica hacia Chile, según la solicitud de Sucden Colombia. El 25 de noviembre se programó un acercamiento comercial entre Sucden y Panela Don Pedro para explorar esta oportunidad.

INMAR Group – PROCOLOMBIA

Se llevó a cabo un acercamiento con la empresa INMAR, ProColombia y Fedepanela para atender la solicitud de exportación de panela en bloque redondeado de 454 g y panela tipo piloncillo. La empresa manifestó interés en realizar un ejercicio de exportación de un contenedor mixto desde Colombia hacia Finlandia.

SUA SOLUCIONES

Se realizó un acercamiento con la empresa SUA Soluciones para explorar la incorporación de la panela en la formulación de productos para el cuidado de la piel. Durante la conversación, la empresa manifestó su interés expreso en utilizar la panela como base en el desarrollo de sus productos.

COMERCIALIZADORA AGRICOLA ATENEA

Se llevó a cabo un encuentro con el señor Víctor Manuel Bogoya, representante de la comercializadora Atenea, ubicada en Estados Unidos, con el objetivo de establecer oportunidades de proveeduría para dicho mercado. Durante la reunión, se discutieron las posibles demandas y requerimientos del mercado estadounidense, así como las capacidades de producción y exportación para garantizar una oferta competitiva y sostenible. Además, se exploraron estrategias de comercialización y logística que faciliten la inserción de los productos en el mercado internacional.

LITTLE INDIA

Se realizó un acercamiento con la empresa Little India, ubicada en Polonia, la cual presentó un requerimiento específico de producto. Ante esta solicitud, se llevó a cabo una evaluación detallada para verificar la capacidad de producción y determinar la viabilidad de atender dicho requerimiento de manera eficiente y oportuna. Como parte del proceso, se analizaron factores clave como disponibilidad de materia prima, capacidad operativa y tiempos de entrega, con el fin de garantizar una respuesta acorde a las necesidades del cliente y las exigencias del mercado.

INVERISIONES DOIMA

Desde Inversions Doima se realizó la solicitud al área comercial para buscar el acercamiento con proveedores de panela para poder responder a los mercados que actualmente atiende dicha empresa. El mercado potencial es de 400 toneladas de panela en bloque. Para ello, se están analizando los diferentes productores identificados que podrían cumplir con los requerimientos en términos de calidad y volúmenes, priorizando los del Tolima, Cundinamarca y eje cafetero, buscando optimizar costos de transporte.

5. Investigación de mercados.

Para el cierre del tercer trimestre del año 2024, se presentó un incremento en el volumen de las exportaciones realizadas de 2.816 toneladas, equivalente a un 32,4% pasando de 8.691 toneladas en el tercer trimestre de 2023 a 11.507 en este mismo periodo de 2024. Por su parte el valor de las exportaciones (FOB) pasó de US\$ 13.329.518 en 2023 a US\$ 18.499.714 en 2024 representando un incremento de \$ 5.170.196, equivalente a una variación positiva del 38,8%.

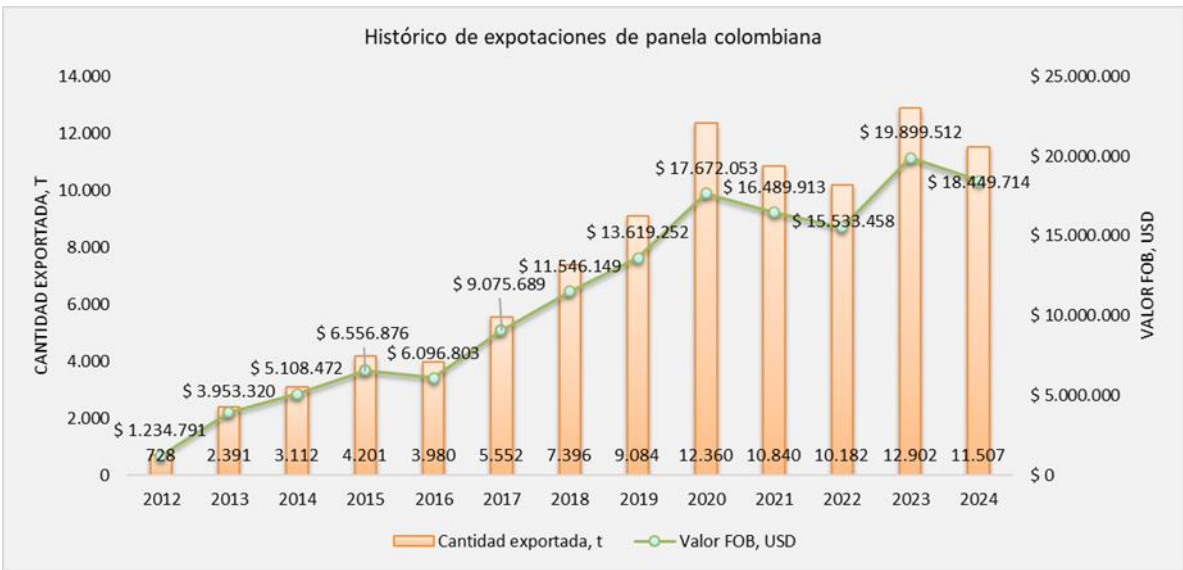


Figura 1 Histórico de exportaciones de panela colombiana con corte a septiembre 2024.

Gran parte de las exportaciones, al igual que en periodos anteriores, se concentran en Estados Unidos y España. En Estados Unidos se tuvo un importante crecimiento del 65.4% en la cantidad de las exportaciones lo que representó 2.607 toneladas adicionales en el tercer trimestre, esto debido principalmente al cambio en la modalidad de administración del contingente de exportación libre de arancel por TLC a este país, de igual forma, en este periodo se tuvieron crecimientos en España (14% - 306 toneladas), Canadá (48.1% - 52 toneladas) y Francia (78.7% - 59 toneladas), para un total de 358 toneladas adicionales en estos países, lo que se traduce en ingresos adicionales por valor de US \$ 802.744 para el tercer trimestre proveniente de estos tres países.

Por otra parte, se presentó una disminución de las exportaciones en, Italia (76 t), Chile (76 t), Ecuador (80 t), Alemania (40 t) y Corea del Sur (38 t) por un total de 310 toneladas. Adicionalmente, en países como Polonia (20 t), Guatemala (82 t) y Ucrania (20 t) en los que no se tenían registros de

exportaciones en años anteriores, se conocieron movimientos correspondientes 122 toneladas por un valor de US \$ 161.298.

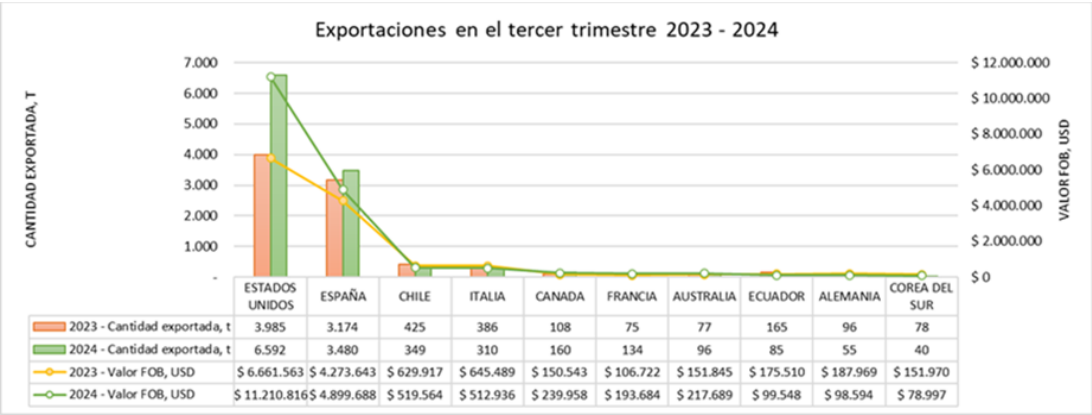


Figura 2 Principales destinos de las exportaciones de panela en 2024, en comparación con 2023.

Los precios unitarios de entrada más altos se presentan en Australia (\$2.28), Corea del sur (\$1.97), Alemania (\$1.79) y Estados unidos (\$1.70). Mientras que, los precios más bajos se reportaron en, Canadá (\$1.50), España (\$1.41), Francia (\$1.45) y Ecuador (\$ 1.17). basado en USD/Kg.

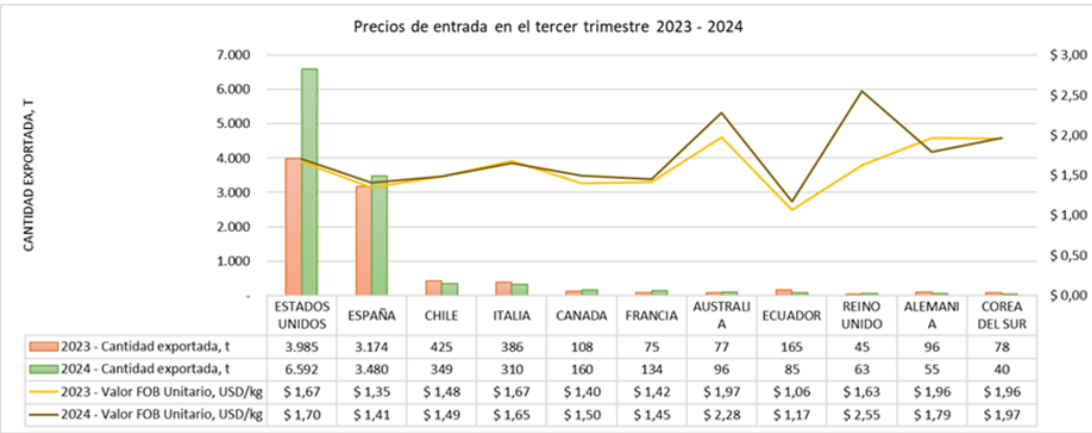


Figura 3 Precios de entrada en los principales destinos de las exportaciones de panela en 2023, en comparación con 2022.

7. Boletines de tendencias de consumo

El primer trimestre se realizó el primer boletín de tendencias de consumo, en el que se presentaron los principales endulzantes exportados por el país. Panela (170113), Azúcar refinado (170114), Glucosa y jarabe de glucosa (170230), Jarabes y azúcar invertido (170290) y Melaza de caña (170310). Se realizó una revisión que comprendió los años 2018 a 2022. Se revisaron los principales destinos, precios de salida y principales exportadores.

El segundo boletín de tendencias de consumo se buscó dar una mirada a los principales endulzantes utilizados en la industria, sus usos y el comportamiento de las importaciones a nivel mundial de estos productos (principales destinos y precios). Se tomaron los mismos endulzantes analizados en el primer boletín, de forma que se pudiera tener un comparativo con respecto a las exportaciones realizadas por el país.

En el tercer boletín de tendencias de consumo se identificaron endulzantes naturales y alternativos, sus características diferenciales, impactos en la salud, aportes nutricionales, así como las oportunidades en la industria para la panela, se presentaron los siguientes endulzantes: Azúcar de coco, Stevia, Miel de abejas y Monkfruit.

En el cuarto boletín se reunieron las certificaciones de valor agregado más demandadas en mercados internacionales, incluyendo productos orgánicos, certificaciones de comercio justo y estándares de calidad reconocidos a nivel mundial, así como otras certificaciones que permiten el ingreso en mercados especializados como los árabes y del medio oriente.

Se realizó un quinto boletín en el cual se presentan los beneficios de la alimentación animal a partir de caña y panela, destacando su aporte energético y nutricional gracias a su contenido de azúcares naturales, vitaminas y minerales. Se describen los impactos positivos en diversas especies como equinos, bovinos y avícolas, incluyendo el mejoramiento del rendimiento físico, el incremento en la producción de leche y huevos, así como el fortalecimiento muscular y óseo. Además, se detallan métodos de incorporación de estos ingredientes naturales en la dieta animal y se enfatizan las precauciones necesarias para su uso adecuado y balanceado en la alimentación.

8. Asesoría exportadora y comercial.

Durante el año 2024, fueron realizadas 31 asesorías exportadoras, con el objetivo de que las empresas estén listas para exportar y puedan afrontar los retos que exige la internacionalización, también que logren identificar el contingente arancelario, restricciones sanitarias, fitosanitarias, en rotulado, trámites aduaneros, certificados de origen, trámites ante el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, procesos logísticos y Pago de Cuota de Fomento, lo ideal es que el empresario panelero no exporte por exportar, sino que lo pueda hacer con calidad, para disminuir los riesgos de tipo económico y político, y que se generen procesos de recompra.

#	Empresa	Tipo de asesoría
1	AGB International Trading”	Requisitos de exportación y trámites ante diferentes entes gubernamentales, para dar inicio al ejercicio de exportación de panela a Estados Unidos.
2	David Álzate	Requisitos y tramites de exportación de panela Alemania
3	Néstor Martínez	Formalidad empresarial, requisitos y tramites de exportación de panela
4	Javier Enrique Gaona Botero	Revisión de problemáticas de liberación de 2 contenedores de la marca panela casita que se habían despacho en el mes de diciembre del año 2023 y al 22 de febrero solo se había liberado dicho contenedor.

5	Jucaña	Identificación de la subpartida arancelaria para la panela saborizada y revisión de rotulado y marca
6	Comercializadora Agroindustrial Sareth SAS ZOMAC	Requisitos de exportación y formalidad empresarial
7	Agrocolombia Export	Pago de la Cuota de Fomento de Exportación de acuerdo a la ley 40 del 90
8	Global Agricultural Trading GAT	Solicitud de cupos a los Estados Unidos para ingresar panela bajo 0% por las circulares de TLC y OMC
9	Comercializadora Internacional Productos Basicos Import & Export SAS - C.I Proba SAS	Aclaración de los procesos y procedimientos establecidos para la subpartida arancelaria 17.01.13 como el parafiscal de la cuota de fomento
10	Asopri	Solicitud de cupos a los Estados Unidos para ingresar panela bajo 0% por las circulares de TLC y OMC
11	Colombian Roots Company	Solicitud de cupos a los Estados Unidos para ingresar panela bajo 0% por las circulares de TLC y OMC
12	Agroinnova Colombia Trading SAS	Aclaración de las circulares de TLC y OMC y de los requisitos de participación.
13	La Siberia	Solicitud de cupos a los Estados Unidos para ingresar panela bajo 0% por las circulares de TLC y OMC
14	Fincafé S.A.S	Solicitud de cupos a los Estados Unidos para ingresar panela bajo 0% por las circulares de TLC y OMC
15	NutriAlianzas Consultora S.A.S	Cuotas de exportación y requisitos de exportación
16	Soy panela	Solicitud de cupo a través de la circular de OMC y TLC
17	Comercializadora Internacional Open Markets Colombia SAS	Solicitud de cupo a través de la circular de OMC y TLC
18	Cabildo Indígena del Cauca	Requisitos y tramites de exportación
19	Jucaña	Solicitud de cupo a través de la circular de OMC y TLC
20	Montecañá	Solicitud de cupo a través de la circular de OMC y TLC
21	Quantum CM SAS	Solicitud de cupo a través de la circular de OMC y TLC
22	Persona natural Yeison Andrés	Solicitud de cupo a través de la circular de OMC 2024-2025

23	Productos Betania SAS	Requisitos de exportación de panela
24	Panela Victoria	Solicitud de cupo a través de la circular de OMC 2024-2025
25	Agroalzate SAS	Solicitud de cupo a través de la circular de OMC 2024-2025
26	Inversiones Coarali	Requisitos de exportación de panela a Europa
27	Asociación Latifundio	Requisitos de exportación de panela
28	Made in Colombia	Gestión y tramite de la cuota de exportación de panela, de acuerdo a la ley 40 de 1990
29	Imex Logistic S.A.S	Gestión y tramite de la cuota de exportación de panela, de acuerdo a la ley 40 de 1990
30	Hotel Santa Juana	Requisitos de exportación de panela a Europa y EE.UU
31	DVC EXPORT S.A.S	Crecimiento de las exportaciones en el mercado internacional y alianzas estratégicas

9. Agro empresas participan en eventos comerciales

En el mes de marzo se contó con la Participación de la empresa productora de panela Montecañá SAS, en Consejos Agroalimentarios de las Américas y el Caribe en el evento “Primera Convención Internacional de Mujeres Rurales del CAM”, en las ciudades Kissimmee y Celebration, Florida Estados Unidos.

Donde se trataron temas de suma importancia y relevancia como: la salud, la recuperación del tejido social, el impacto medioambiental, la lucha contra la migración forzada, la creación de alternativas de producción para mercados de nicho y el desarrollo de estrategias de comercialización efectivas. Estos temas son esenciales para el desarrollo y fortalecimiento de nuestras comunidades rurales.

Compras Públicas PAE Pitalito, ICBF, Fuerzas Militares, INPEC y Federación Nacional de Cafeteros (18 de abril):

En la rueda de negocios realizada en el Huila, se discutieron los informes de compras públicas de diversas instituciones, incluyendo el ICBF, PAE Huila, y la Asociación de Ganaderos del Huila. La Federación de Paneleros (Fedepanela) destacó la importancia de las compras locales para activar la economía de los pequeños productores de panela, apoyando la producción de panela de calidad y cumpliendo con los requisitos técnicos. Además, se establecieron requisitos para participar en estas compras públicas, como el registro Invima, certificado de pequeño productor y ficha técnica del producto, y se promovió una comercialización justa para evitar intermediarios y aumentar el valor de los productos locales.

Rueda de Negocios "Compras Públicas Locales" en Cundinamarca (28 de mayo):

En la rueda de negocios realizada en Bogotá, agro empresas y asociaciones de productores de panela, como Agroindustria Joya SAS, ASPRUT y ASOPROPANOC, conectaron con compradores de instituciones como el ICBF, PAE, Fuerzas Militares y SENA, para proveerles panela de alta calidad. El evento fue una plataforma clave para fortalecer los lazos comerciales.

Gobernación del Meta - Región Central: La RAP-E (Región Administrativa y de Planificación Especial) de la región central realizó un comité de abastecimiento alimentario en el que se socializaron estrategias y actividades para fortalecer la cadena de abastecimiento en los departamentos de Bogotá, Cundinamarca, Boyacá, Meta, Huila y Tolima.

Jornada institucional de compras públicas en Villeta (15 de julio): Se realizó un evento en Villeta para aumentar la participación de proveedores de panela en el catálogo de Colombia Compra Eficiente, promoviendo la oferta de panela de Cundinamarca. Se contó con la participación de autoridades locales, destacando el compromiso institucional para apoyar a las asociaciones y agro empresas en el proceso de compras institucionales.

Jornada de capacitación nacional en compras públicas (15 de agosto): Se llevó a cabo una capacitación nacional con Colombia Compra Eficiente para acceder al catálogo de panela, aromáticas e infusiones, promoviendo la participación de nuevos proveedores en el suministro a mercados institucionales.

Expo Agrofuturo 2024: En la Expo Agrofuturo 2024, celebrada en Corferias, Bogotá, las empresas Tropipanela y La Siberia participaron destacando la diversidad de productos derivados de la panela. Ambas presentaron innovadoras propuestas, mostrando las múltiples aplicaciones de la panela, desde productos tradicionales hasta nuevas preparaciones. Su participación permitió fortalecer su presencia en el mercado, generar oportunidades de contacto con potenciales clientes y aliados comerciales, y reafirmar su compromiso con la innovación y la promoción de productos de alto valor agregado a base de panela.

10. Eventos de difusión en temáticas de interés comercial

A lo largo del año 2024 se realizaron o hubo participación de parte de área comercial en los siguientes eventos donde se trataron temas de interés para la comercialización:

Práctica Mieles: El 1 de febrero, se realizó una reunión entre Fedepanela-FFP y VRG SAS (Panela Bella Vista) para planificar una actividad en el Trapiche Bella Vista. Se discutieron aspectos como la elaboración de mieles invertidas, logística, insumos y tiempos. El proceso comenzó el 2 de febrero con la molienda de caña, donde se tomaron muestras y se analizaron parámetros como pH, brix, temperatura y pureza. Se completó la inversión y estabilización de la miel, y se dieron recomendaciones de empaque al personal del trapiche.

Plan de Desarrollo Cundinamarca 2024-2027: Durante el recorrido del Gobernador Jorge Rey con su equipo, se destacó el interés en mejorar la producción de panela en Cundinamarca. Se identificó la necesidad de nuevas tecnologías para mitigar la falta de mano de obra y fortalecer la diversificación. La participación del subsector panelero en las mesas de trabajo contribuyó a la estructuración del plan de desarrollo 2024-2027.

Jornada de capacitación en diseño y gestión de experiencias turísticas:

El 29 y 30 de abril se llevaron a cabo dos jornadas de capacitación en el municipio de Villeta, como parte del convenio FNTP-021-2023 Fontur/Fundaculta, para el diseño de la "Ruta Turística del Dulce de Colombia". En estas jornadas participaron emprendedores de gastronomía, operadores turísticos y otros actores del sector, todos relacionados con la producción y uso de la panela en sus actividades. Durante la capacitación, se abordaron temas clave como el diseño de experiencias turísticas, con énfasis en el turismo gastronómico, y se discutieron las problemáticas de la provincia del Gualivá, así como acciones para mejorar la oferta turística. Se destacó la importancia de contar con un modelo de negocio, estructura de costos y plan de promoción comercial (marketing). Además, se subrayó la necesidad de trabajar con las alcaldías municipales y coordinadores de turismo local para formalizar y fortalecer los procesos turísticos, con el fin de aumentar el posicionamiento de la región.

Segundo Encuentro Nacional de Gobernadores y Alcaldes de Territorios Paneleros (30-31 de julio):

El evento reunió a entidades nacionales, organismos agropecuarios y autoridades locales para acordar un pacto que impulse la productividad del sector panelero. Durante el evento, se realizó una actividad interactiva con cócteles de panela, promoviendo la ley 2005 de 2019, y un panel sobre exportaciones y desarrollo turístico de las regiones paneleras.

Estructuración de la Ruta Dulce en la Región Gualivá (Fundaculta):

Se llevó a cabo una jornada de trabajo con agroempresas locales para revisar los costos y la oferta de cada estación de la Ruta Dulce en la región de Gualivá.

Reinado Departamental del Caballista en San Francisco:

Se realizó una brigada para promover productos derivados de la panela, como cervezas, fermentados y dulcería, enfocados en la alimentación animal, generando experiencias para los asistentes y visibilizando los productos paneleros en un municipio no productor de panela.

Evento Góndola - Fenalco Retail.

Fedepanela participó en el evento Góndola - Fenalco Retail, donde se reunieron supermercados y proveedores para discutir estrategias, tecnologías y tendencias del consumidor. El evento destacó la importancia de conocer las preferencias actuales en la canasta de productos, bebidas y alimentos, así como el impacto de las redes sociales y la gamificación en las decisiones de compra.

Clúster Agroturismo en Villeta.

Fedepanela participó en un evento en Villeta, Cundinamarca, dirigido a operadores turísticos del Gualivá, con el apoyo del SENA. Se realizaron actividades como demostraciones de usos gastronómicos de la panela, incluyendo bebidas y recetas para niños, promoviendo el sentido de pertenencia hacia la panela como producto clave de la región.

Cóctel Inaugural en Panela Fest 2024.

En la inauguración del Panela Fest 2024 en Santander, la directora del Área Comercial de Fedepanela destacó la importancia cultural y económica de la panela. Durante el evento, se presentaron cócteles elaborados con panela, mostrando su versatilidad en la gastronomía y promoviendo su consumo a nivel nacional e internacional.

Panela Fest.

Fedepanela organizó el primer Panela Fest en Santander, con la participación de diversas entidades y alcaldes de la región. El evento, realizado del 15 al 17 de noviembre, tuvo actividades comerciales, académicas y culturales para promover la panela como un producto natural y saludable. Se realizaron ruedas de negocios, exposiciones y la muestra de la panela más grande del mundo, con la participación de 17 agro empresas.

Conclusiones.

El cambio a la modalidad "primer llegado, primer servido" para la cuota de exportación hacia EE. UU. por TLC, aprobado por el Ministerio de Comercio, ha sido exitoso, con casi el 100% de la cuota utilizada en los primeros 5 meses del año. Esto resultó en un incremento de más de 1,200 toneladas

exportadas en el primer trimestre de 2024 en comparación con el mismo periodo de 2023. Se espera que este cambio también se aplique a la cuota de la OMC, lo que podría generar 6,000 toneladas adicionales con potencial de exportación hacia EE. UU.

Sin embargo, los precios bajos en Europa, especialmente en España, están afectando negativamente a los exportadores colombianos, lo que ha llevado a acciones para concienciar sobre los costos y riesgos de entrar a estos mercados con precios bajos. Además, se ha observado una disminución en las empresas certificadas como orgánicas, debido a los altos costos y baja rentabilidad de las certificaciones.

En el ámbito turístico, se busca fortalecer el sector con un compromiso activo de las agro empresas, enfocándose en la obtención del Registro Nacional de Turismo (RNT) y el desarrollo de rutas turísticas en Cundinamarca, resaltando la producción de panela y nuevos productos derivados, como los licores artesanales.

En cuanto a las Compras Públicas Locales, se continúa trabajando con la Agencia de Desarrollo Rural y el Ministerio de Agricultura para incluir la panela en el Catálogo de Alimentos y fortalecer las organizaciones de productores para participar en las compras institucionales. También se están implementando medidas para mejorar la eficiencia logística en las exportaciones, reduciendo intermediarios y optimizando costos y tiempos.

Se identifica la necesidad de innovación en los productos derivados de la panela, como mieles invertidas y piloncillo para exportación, lo que podría abrir nuevos mercados. Se recomienda fomentar la diversificación de productos y mejorar las estructuras de costos para hacerlos más competitivos, especialmente en el mercado global.

Por último, se sigue atendiendo consultas sobre la OMC y el proceso de asignación de cuotas, con empresas nacionales como Panela Victoria, Agroalzate y Latifundio interesadas en expandir sus operaciones a mercados internacionales como EE. UU. y Europa, lo que refleja una estrategia para aumentar la competitividad en el mercado global.

INFORME PRIMER TRIMESTRE 2025 PROGRAMA DE APOYO A LA GESTIÓN COMERCIAL

INFORME PRIMER TRIMESTRE 2025.PROGRAMA APOYO A LA GESTIÓN COMERCIAL

Expandir la presencia de la panela y sus derivados en nuevos mercados mediante el fortalecimiento de las capacidades en agro empresas, para satisfacer la demanda en segmentos especializados de la industria alimentaria, el mercado institucional, canal horeca, exportaciones y circuitos cortos de comercialización. a través de la planeación técnica, logística y comercial de las cadenas de valor.

1. Introducción.

Durante el primer trimestre, se inició la ejecución de las actividades contempladas en la ficha del Programa de Apoyo a la Gestión Comercial, cuyo objetivo es fortalecer las capacidades y habilidades de los productores y agroempresas, así como su alistamiento comercial para una incursión exitosa en nuevos mercados con oportunidades identificadas. En este período, se realizó un seguimiento detallado a la planeación comercial, brindando asesoría a 3 agroempresas y a la Secretaría de Agricultura del Departamento del Tolima. Por otra parte, se adelantaron 6 acercamientos comerciales, participación de 2 agroempresas en eventos comerciales, asesoría exportadora a 9 empresas, apoyo en la elaboración de la pieza publicitaria del Foro Panelero.

El primer trimestre del año inició con la publicación de la Circular No. 018, emitida el 27 de diciembre de 2024 por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la cual regula la distribución y administración del contingente de exportación de azúcar, panela y productos con contenido de azúcar dentro del Acuerdo para la Promoción Comercial entre Colombia y Estados Unidos.

Esta circular establece, por segunda vez, la aplicación del modelo "primero en llegar, primero en salir", lo que representa una gran oportunidad de crecimiento para el sector exportador de panela colombiana. La implementación de este esquema reduce la incertidumbre que anteriormente enfrentaban los exportadores y permite una planificación más precisa del negocio internacional, facilitando así una mayor competitividad en el mercado estadounidense.

El mercado internacional de panela colombiana experimentó un crecimiento significativo en el año 2024, con un incremento cercano al 21% en las exportaciones, consolidándose principalmente en los Estados Unidos como el destino de mayor demanda. Este crecimiento responde a una mayor aceptación del producto en segmentos de consumidores que buscan alternativas naturales y menos procesadas a los endulzantes tradicionales, así como al fortalecimiento de acuerdos comerciales que han facilitado el acceso del producto al mercado estadounidense. Adicionalmente, el aumento en certificaciones de calidad y sostenibilidad ha permitido que la panela colombiana se posicione favorablemente en nichos de mercado especializados, como el sector de productos orgánicos y de comercio justo.

Por otra parte, aunque España ha sido históricamente un mercado clave para la panela colombiana, en los últimos períodos se ha evidenciado una tendencia a la baja en el precio unitario de entrada en este país. Esta reducción de precios impacta la rentabilidad de los exportadores, limitando su capacidad de competir en términos de márgenes comerciales frente a otros proveedores internacionales. La caída en el valor de importación puede estar relacionada con un incremento en la oferta de endulzantes alternativos en el mercado europeo, cambios en los hábitos de consumo y mayores exigencias regulatorias en términos de trazabilidad y sostenibilidad. Como resultado, se ha observado una leve disminución en el volumen de exportaciones dirigidas a este destino.

1. Metas del programa comercial
La siguiente tabla presenta el porcentaje de avance de las actividades del programa comercial ejecutadas durante el primer trimestre:

Tabla 1. Avances de las metas y logros proyectados del programa apoyo a la gestión comercial para el año 2025.

METAS Y LOGROS DEL PROGRAMA COMERCIAL FEDEPANELA 2025

ACTIVIDAD	META DEL PROGRAMA	LOGRO PRIMER TRIMESTRE	% ACUMULADO
Asesorías a agro empresas para el alistamiento comercial	20 asesorías a agro empresas para el alistamiento comercial, donde se evidencie el cumplimiento técnico, legal y documental	6	6/20 (30%)

Talleres en temas relacionados con el mejoramiento de índices de competitividad y sostenibilidad, estructura de costos.	4	2	2/4 (50%)
Identificación de proyectos de integración productiva a través de escenarios de desarrollo e inversión evaluando la viabilidad técnica, financiera y comercial	2	2	2/2 (100%)
Informe de gestión para la apertura de nuevos mercados en la agroindustria y el canal horeca	6 informes de gestión para la identificación de nuevos mercados en la agroindustria y el horeca	2	2/6 33%)
Acercamientos comerciales	30 acercamientos comerciales	6	6/30 (20%)
Asesoría en procesos de comercialización internacional	36 empresas asesoradas	9	9/36 (25%)
Informes de inteligencia de mercados	2 informes	0	0/2 (0%)
Boletines de interés comercial	4 boletines	1	1/4 (25%)
Participación de agro empresas en espacios comerciales.	12 agro empresas participan en eventos comerciales	2	2/12 (17%)
Eventos de difusión en temáticas de interés comercial	3 eventos de difusión en temáticas de interés comercial	3	3/3 (100%)

2. Asesoría a agro empresas para el alistamiento comercial

2.1 Comercializadora Panelas del Sur

Se asesoró a Óscar Girón, Gerente de la Comercializadora Panelas del Sur en Sandoná, Nariño, sobre el registro de marca para fortalecer su identidad comercial y protección legal. Se revisó la solicitud de registro de la marca "La Legendaria", asegurando su cumplimiento con los requisitos de la SIC. Tras verificar el proceso, se realizó la radicación oficial, quedando a la espera de respuesta. Este avance permitirá a la empresa diferenciarse en el mercado y asegurar la exclusividad de su identidad comercial.

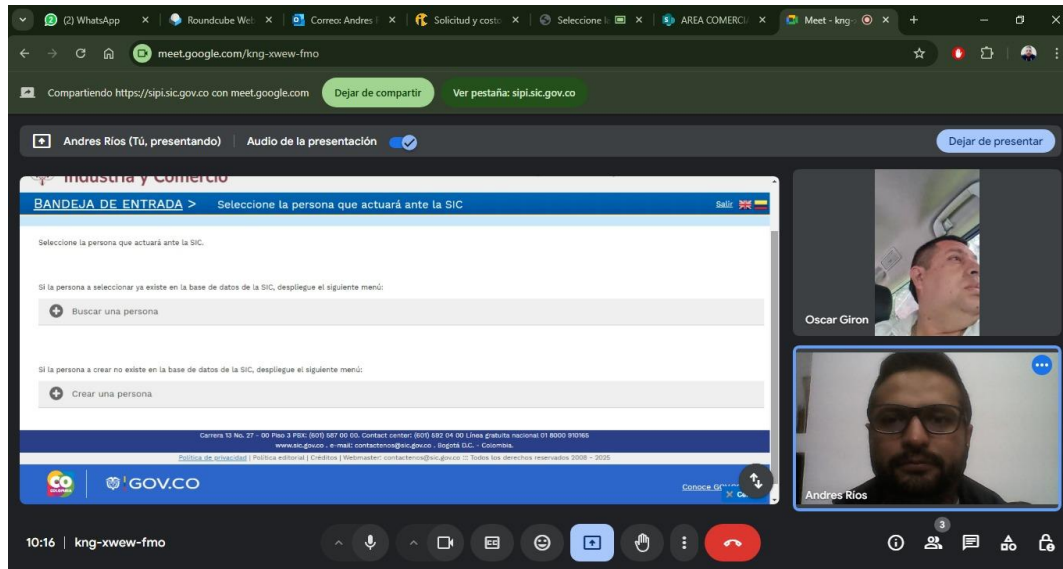


Imagen 1. Solicitud Registro de Marca Comercializadora Panelas del sur

2.2 Sua Solutions

Durante la reunión se presentaron los productos en desarrollo por parte de Sua Solutions, destacándose especialmente la creación de un bálsamo exfoliante a base de panela y cacao. En este contexto, se acordó el envío de muestras con una granulometría más fina (malla 12), similar a la del azúcar, con el objetivo de optimizar la textura del producto y mejorar su desempeño en aplicaciones cosméticas.

Asimismo, se discutió la posibilidad de establecer una alianza estratégica con una pyme especializada en productos de depilación, con el propósito de evaluar la viabilidad técnica y comercial de un desarrollo conjunto con Sua Solutions, explorando nuevas oportunidades de innovación en el sector.



Imagen 2. Sua Solutions

2.3 Reunión para establecer plan comercial y apoyo técnico a Fabian León.

En el desarrollo de la reunión el señor Fabian León oriundo de Chitaraque Boyacá manifestó las necesidades que tiene referente a su empresa recientemente constituida de ahora en adelante El Portillo. Inicialmente indico que está en el mercado con dos tipos de presentaciones de panela pulverizada y bloque, indicando que su producción mensual esta entre los 25000 a 30000 kilos.

El primer obstáculo que refiere es que no cuenta con la maquinaria para realizar el proceso de tamizaje, por consiguiente, le ha tocado recurrir a alquilar molinos para el tamizaje, y así poder producir su producto en este caso la panela en presentación pulverizada, pero quiere dejar de depender de los demás para hacer uso de esta por consiguiente optara por conseguir una propia.

Adicionalmente requiere crear su propia marca para incursionar en el mercado de una manera más formal para crear su historial como proveedor, adquiriendo durante el proceso las certificaciones necesarias para comercializar su producto y de esta manera acceder a mercados como almacenes de cadena o reconocidos inicialmente a nivel nacional.

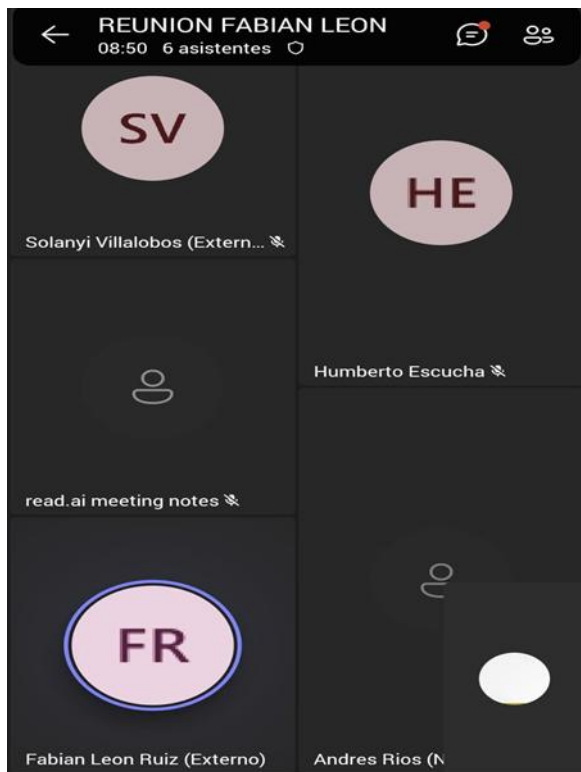


Imagen 3. Reunión para establecer plan comercial y apoyo técnico a Fabian León

Segunda reunión, avance Plan Comercial Fabian Leon y presentación de cotizaciones

Se llevo a cabo una reunión virtual con el señor Fabian Leon, para verificar que temas está implementando actualmente y cuales hacen falta por implementar en su empresa, dentro de los temas tratados menciono que en el acompañamiento que le está realizando la colega Solangie junto con Maria Fernanda del equipo técnico ya recopilaron los documentos necesarios para solicitar visita por parte del Invima y emitir el respectivo concepto sanitario del cual se está a la espera a la fecha, ya está al día con los pagos de la cuota de Fomento pertinente y maneja el tema de la facturación electrónica.

En este orden de ideas faltaría la implementación de los códigos de barras y la creación de la marca con la cual se van a comercializar los productos. A su vez se presentaron las cotizaciones de los equipos para el tamizaje junto con molinos para la producción de panela en presentación pulverizada, las cuales se enviaron mediante correo electrónico para que tome la respectiva decisión e informe en la próxima reunión, adicional mente se envió el formato para caracterizar la empresa en la base de datos de Fedepanela solicitando los documentos pertinentes como lo es el Rut y la Cámara de Comercio.

Dentro de los puntos tratados el señor Fabián muestra su preocupación por las relaciones comerciales que tiene actualmente con algunos de sus clientes los cuales no han realizado el pago de la panela que les suministro y a su vez se acuerda una próxima reunión con el equipo comercial para ver el avance del Plan.

2.4 Gobernación del Tolima – Secretaria de Asuntos Internacionales.

En el marco de una estrategia de fortalecimiento del sector panelero, se llevó a cabo una reunión con la Secretaria de Asuntos Internacionales de la Gobernación del Tolima, donde se abordó el proceso de alistamiento comercial de las tres centrales de mieles del departamento. Durante el encuentro, se identificaron las necesidades clave para la consolidación y operación de estas centrales, con el objetivo de que Mariquita y Palo Cabildo entren en funcionamiento de manera efectiva y puedan integrarse al mercado de manera competitiva.

Este proceso se está desarrollando en articulación con la Secretaría de Agricultura y la oficina de Asuntos Internacionales, con el propósito de generar condiciones óptimas para la participación de las centrales de mieles en misiones comerciales. A través de este acompañamiento, se busca facilitar la vinculación directa con compradores y potenciar la comercialización de los productos derivados de la panela, fortaleciendo así el encadenamiento productivo y la sostenibilidad del sector en la región.



Imagen 4. Comportamiento de las exportaciones en la última década

2.5 Me Sabe a Colombia Verde SAS.

Se realizó la asesoría al señor Jesús España, representante de la empresa, en todos los aspectos relacionados con la asignación de códigos de barras. Durante este proceso, se realizó la correcta codificación de 40 productos, permitiendo a la empresa mejorar su organización, optimizar su gestión comercial y fortalecer su competitividad en el mercado. Esta implementación facilitará su presencia en diferentes canales de distribución, asegurando un control más eficiente de inventarios y cumpliendo con los estándares requeridos en el sector.

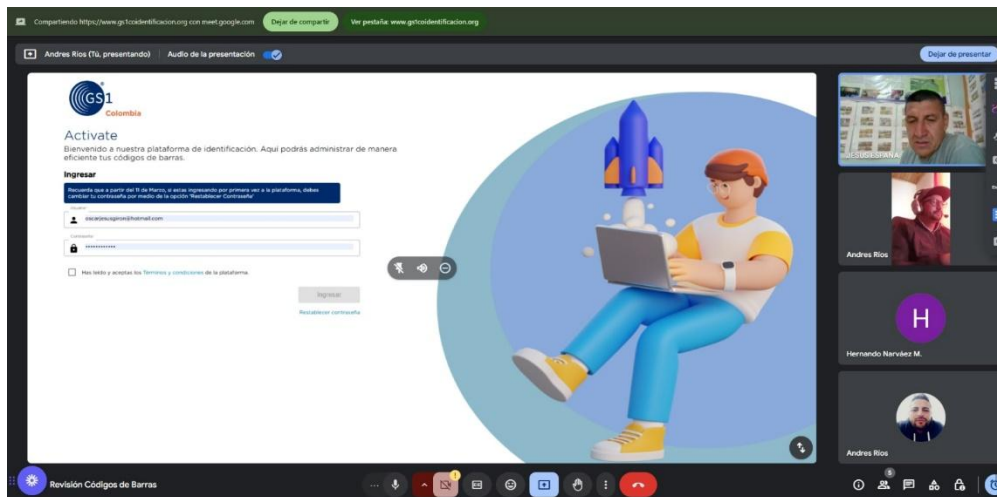


Imagen 6. Asesoría asignación códigos de barras

2.6 Asollano de Palmas.

Se llevó a cabo una asesoría a la señora Diana Castillo, con el objetivo de brindar orientación sobre los procesos de registro de marca y asignación de códigos de barras. Durante la sesión, se explicaron en detalle los requisitos y pasos a seguir, destacando su importancia para la formalización, posicionamiento y competitividad en el mercado.

Si bien en esta etapa no se realizó la gestión directa de los registros, la empresa adquirió claridad sobre los trámites y se comprometió a definir el listado de productos a registrar y a diseñar el logo de su marca, requisitos fundamentales para avanzar con el proceso formal de registro.

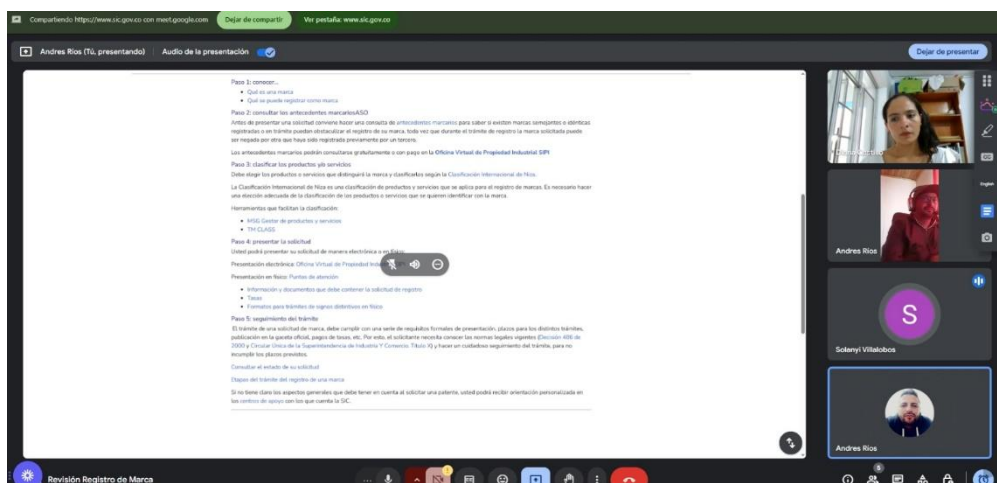


Imagen 7. Asesoría proceso registro de marca

3. Talleres en temas relacionados con el mejoramiento de índices de competitividad y sostenibilidad, estructura de costos.

3.1. Taller costos reunión de bloque exportador.

Durante el desarrollo de la reunión se abordaron los temas de costos de producción y alistamiento para exportar panela tomando como referencia el piloncillo, siendo este el producto o presentación de panela de mayor exportación en el momento.

A su vez, como impacta la contratación tanto formal como informal en el sector panelero y los costos que estos tipos de contratación acarrearán por cada departamento, utilizando datos aproximados, incluyendo el trabajo que conlleva elaborar panela en la presentación de piloncillo y materias primas o productos adicionales para el alistamiento como lo es el cartón, silicato, conservante y termo encogible adicionándole los costos por transporte, gastos de puerto y la cuota de fomento. De esta forma concientizando de que los gastos serían un poco más elevados y muchas veces no son tenidos en cuenta durante el proceso.



Imagen 8. Taller costos reunión de bloque exportador

3.2 Acompañamiento en visita de campo, charla BPM a finca del señor Hildebrando Barrera, en quebrada negra y proceso productivo de panela.

Durante el acompañamiento a la finca del Señor Hildebrando Barrera, se desarrolló por parte del equipo técnico una capacitación en BPM, sensibilizando a productores sobre el uso adecuado de los productos para la limpieza de los jugos ya que muchas veces se realizan los procedimientos sin los tiempos, medidas u orden adecuado afectando de esta forma el producto final, de forma demostrativa se realizó un ejercicio en el cual se toma una muestra de distintas panelas de varias fincas para ver los grados de impurezas que posee cada una identificando de esta forma que algunas tienen más impurezas que otras, reflejando el proceso de limpieza de cada una de las muestras.

Se realizó un recorrido por el proceso de producción identificando aspectos por mejorar mediante las falencias observadas, desde el descargue de la caña hasta su proceso de moldeado cuyo objeto es aumentar productividad y eficiencia en los procesos mediante innovación tecnológica



Imagen 9. Visita de campo Hildebrando

4. Identificación de proyectos de integración productiva a través de escenarios de desarrollo e inversión evaluando la viabilidad técnica, financiera y comercial

4.1. Prueba con la empresa Damacon para la validación y evaluación de la plataforma Trail.

Se realizó acompañamiento en la evaluación de la plataforma Trail, de la cual se estipula que, con la implementación de esta, se puede llevar un mejor control y seguimiento a todos los procesos de producción desde los cultivos o fincas, transformación, proceso de empaque y hasta su distribución final e índice de ventas. Siempre y cuando se realicen o cumpla con una serie de requisitos como es la creación de códigos GLN, códigos GS1, y acceso a la plataforma Logyca por medio de la cual se articula este proceso.

En la segunda sesión de implementación de la plataforma Trail se tenía contemplado el registro de cultivos entre otros aspectos, para la empresa El Bagazal y Trapiche El Panelero, la cual ya tiene registrados una serie de códigos gtin 13 los cuales hacen referencia a la mayoría de los productos que registran las empresas, dependiendo de la cantidad de productos que manejen así mismo será la cantidad de este tipo de códigos.

Por otro lado, están los códigos GLN, estos son necesarios para poder ubicar lugares y establecimientos, de los cuales se deben utilizar por lo menos cinco que harán referencia a la finca, trapiche y planta de producción entre otras. Se tiene prevista otra reunión ya con los códigos solicitados mediante la plataforma Gs1 por parte de la empresa El Bagazal para continuar con el proceso de implementación de la plataforma.

En la última reunión del día 24/02/2025 se logró terminar el módulo de campo y transformación, siendo el de campo el que comprende las especificaciones de las fincas o cultivos y el de transformación haciendo referencia a las distintas presentaciones que manejan de la panela, de esta forma quedaría pendientes los módulos de empaque y distribución para la próxima sesión.

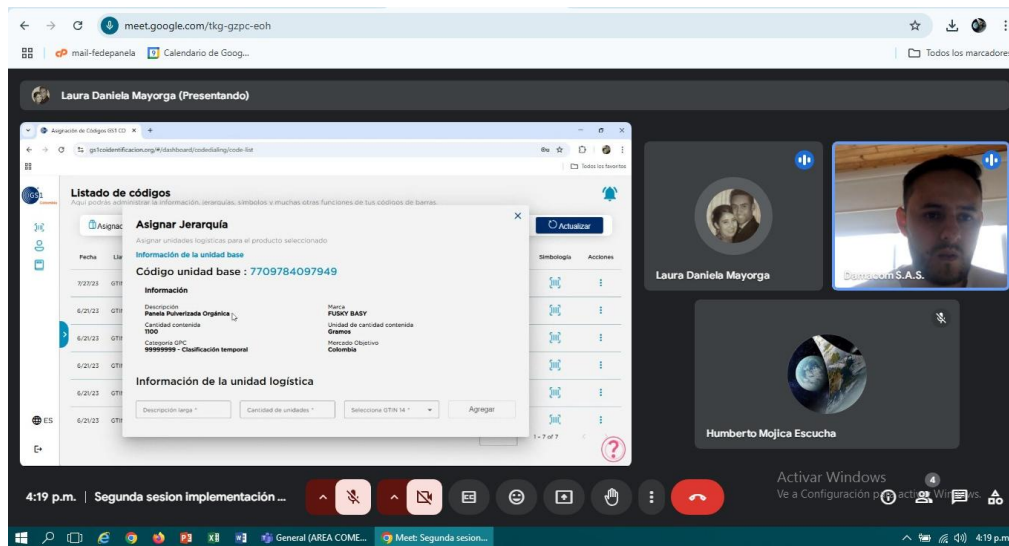


Imagen 2. Reunión validación plataforma Trail

4.2. Lanzamiento Ruta dulce.

Se llevó a cabo una reunión con delegados de la universidad para generar un convenio para el fortalecimiento de las agro empresas paneleras en temas de interés tales como la Ruta Dulce, Investigación, mercadeo, marketing, logística.

A su vez generar un cronograma que se adapte a las necesidades o intereses de la comunidad y así mismo establecer temas de investigación en la innovación tecnológica del sector panelero, logrando fortalecer los procesos de producción de panela de las más de 350.000 familias que dependen de esta.

En el marco de Anató se realizó el lanzamiento de la Ruta Dulce Colombia destacando la historia gastronómica y turística, extendiendo la invitación a un viaje sensorial donde la caña de azúcar, la panela y productos derivados se convierten en guías de exploración.

5.. Informe de gestión para la apertura de nuevos mercados en la agroindustria y el canal horeca

5.1. Envío de muestras desarrollo de productos para piel.

Como parte de la estrategia de diversificación y expansión de la panela, y luego de conversaciones con la empresa SUA Soluciones para explorar su incorporación en la formulación de productos para el cuidado de la piel. Durante la conversación, la empresa manifestó su interés en utilizar la panela como base en el desarrollo de sus productos, reconociendo sus propiedades naturales y beneficios para la cosmética.

En este contexto, se llevó a cabo el envío de muestras de panela destinadas al desarrollo de una loción o tónico con propiedades exfoliantes e hidratantes, alineado con la tendencia creciente de ofrecer experiencias diferenciadas en hoteles, spas y centros de bienestar dentro del sector. La implementación de productos a base de panela en estos espacios permitiría a establecimientos de

alta categoría ofrecer tratamientos naturales y sostenibles, fortaleciendo su propuesta de valor frente a un mercado cada vez más orientado al bienestar y la sostenibilidad.

De esta forma se abre la posibilidad de incorporar la panela en tratamientos exclusivos dentro del sector hotelero y gastronómico, destacando su versatilidad más allá de su uso tradicional en la alimentación. Se continuará con el seguimiento de esta iniciativa para evaluar su viabilidad técnica y comercial, buscando posicionar la panela como un insumo clave en la oferta de experiencias premium en el canal.

5.2. Envío de muestras a Chile.

Como parte de la estrategia de expansión y diversificación de la panela en nuevos mercados agroindustriales, se realizó el envío de muestras de panela granulada a Chile, destinadas a la investigación y desarrollo de aplicaciones innovadoras en el sector. En este caso, la panela se está evaluando como ingrediente en la formulación de un tinte natural para el cabello, destacando su capacidad para mejorar la concentración de la mezcla y optimizar su adhesión, ofreciendo una alternativa más natural y sostenible frente a los productos convencionales.

Esta iniciativa no solo explora nuevas aplicaciones en la industria cosmética, sino que también representa una oportunidad comercial clave para el sector HORECA, donde la demanda por ingredientes naturales, biodegradables y con valor agregado está en constante crecimiento. Restaurantes y hoteles que buscan fortalecer su oferta de productos ecológicos y de bienestar podrían incorporar la panela en diversas formas, no solo en la gastronomía, sino también en experiencias diferenciadoras, como tratamientos en spas, productos de cuidado personal en hoteles boutique y alternativas saludables en menús especializados.

El avance de este proyecto refuerza el posicionamiento de la panela como un insumo versátil dentro del canal, ampliando su alcance más allá de su uso tradicional en la alimentación. A futuro, se continuará el seguimiento de esta iniciativa, explorando su viabilidad técnica y comercial para su integración en propuestas innovadoras dentro de la hospitalidad y la gastronomía sostenible.

6. Acercamientos comerciales

6.1. CIPROBA – Central de Mieles de Útica.

Se realizó este acercamiento con el propósito de explorar oportunidades de abastecimiento de panela para exportación. Se presentó la demanda proyectada y se analizaron los parámetros específicos exigidos por el comprador en cuanto a volúmenes de entrega, trazabilidad del producto y cumplimiento normativo para el ingreso al mercado internacional. Se abordaron temas operativos como la logística de exportación y la capacidad de respuesta ante el requerimiento anual de contenedores. Como paso siguiente, se estableció la necesidad de realizar visitas técnicas y pruebas de producto para verificar la alineación con los estándares exigidos, consolidando así un proceso estructurado para el desarrollo de una posible alianza comercial.

6.2. CIPROBA – Coopcultivarte Unión Global.

Durante este acercamiento, se propició un espacio de diálogo directo entre la comercializadora y los productores asociados a la cooperativa, permitiendo revisar en detalle los requisitos técnicos y logísticos del requerimiento. Se discutieron aspectos clave como la capacidad de producción, los estándares de calidad exigidos para la exportación y las condiciones comerciales preliminares. Como

resultado, se acordó programar visitas técnicas a las instalaciones productivas con el objetivo de evaluar la viabilidad del suministro y establecer términos de negociación que permitan consolidar un acuerdo comercial sostenible.

6.3. Little India Polonia.

Se llevó a cabo un segundo acercamiento con la empresa Little India, ubicada en Polonia, para solicitar el registro de clientes, donde se diligencie el requerimiento específico del producto deseado. Además, se solicitó el envío de la documentación legal de la empresa. Este paso es fundamental para avanzar en el proceso de acercamiento comercial con posibles proveedores, garantizando una gestión eficiente y estructurada de la demanda, permitiendo así una mejor alineación entre las necesidades del comprador y la oferta disponible en el mercado.

6.4. Carlos Cifuentes

Se realizó un acercamiento con el señor Carlos Cifuentes, quien ha manifestado su interés en acceder a la base de datos de productores y al catálogo de productos con el propósito de comercializarlos en el mercado de Centroamérica. Su propuesta se orienta a actuar como intermediario en la venta de estos productos, buscando obtener una comisión por cada transacción realizada. Este acercamiento permite evaluar oportunidades de expansión comercial y establecer condiciones estratégicas que garanticen beneficios mutuos dentro del marco de nuestras políticas de comercialización.

6.5. Creative Studio

Nos reunimos con la empresa Creative Studio en Estados Unidos con la empresa Creative Studio en Estados Unidos para el desarrollo de un innovador producto alimenticio basado en panela. Este producto se destacará por su alta durabilidad y un periodo amplio de vida útil, características esenciales en la categoría de alimentos diseñados para almacenamiento prolongado, incluyendo aquellos destinados a búnkeres y reservas estratégicas. Como parte del proceso, se han validado las normativas de empaque, rotulado y etiquetado para garantizar el cumplimiento de los estándares exigidos en el mercado internacional. Nuestro enfoque combina la tradición y calidad de la panela con las exigencias regulatorias y de consumo global, asegurando una solución nutricional confiable y de larga vida útil.

Se realizó la creación de un grupo de whatsapp, para estar más relacionados con el tema y aportar al desarrollo del producto más fácilmente, dentro del grupo se han realizado consultas y aportes al equipo comercial como cotizaciones de productos para el desarrollo del mismo y a su vez asesoramiento técnico por parte de los ingenieros de alimentos y químicos actualmente se están adquiriendo los insumos para pruebas.

6.6. Albert Mora - España

Durante este primer encuentro, el señor Albert Mora expresó su interés en desarrollar productos dirigidos al sector agrícola, con un enfoque inicial en el uso de melaza. En la conversación, se analizaron diversas variables clave para su implementación, incluyendo el tipo de melaza más adecuado según el producto a desarrollar, las cantidades requeridas y los costos logísticos asociados a su transporte.

Como resultado de este acercamiento, desde el área comercial se adquirió el compromiso de enviar una muestra del insumo, mientras que el señor Albert Mora acordó remitir una ficha técnica detallada que especifique las características y requerimientos del producto que busca desarrollar.

Adicionalmente se realiza cotización y se envía para su posterior revisión y aprobación por parte del señor Albert Mora, en el momento se está a la espera de respuesta para seguir con los trámites pertinentes y avanzar el proceso.

6. Asesorías a procesos de comercialización internacional.

Para el año 2025, se publica la Circular No. 018, con fecha de emisión del 27 de diciembre de 2024, la cual regula la distribución y administración del contingente de exportación de azúcar, panela y productos con contenido de azúcar dentro del Acuerdo para la Promoción Comercial entre Colombia y Estados Unidos.

En esta vigencia, la panela cuenta con una asignación del 5%, equivalente a 2.987,50 toneladas métricas, manteniendo la metodología de "primero en llegar, primero en salir", con la cual se implementa el segundo piloto para el año 2025.

Según la publicación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo del 10 de febrero de 2025, hasta esa fecha se habían utilizado 874,349 toneladas métricas, lo que representa un 29% del total asignado.

Para que las empresas productoras pudieran acceder a esta cuota de exportación, el Ministerio estableció como requisito obtener una certificación expedida por la Federación Nacional de Productores de Panela – FFP, que acreditara su condición de productor y su capacidad de producción para el año 2024. Como resultado, se emitieron 13 certificados que validan el cumplimiento de este requisito.

Durante el primer trimestre, el programa de apoyo a la gestión comercial continuó brindando asesoría a las empresas sobre los requisitos de exportación. Este servicio especializado permite a las compañías planificar, gestionar y llevar a cabo la exportación de sus productos derivados de la caña panelera hacia mercados internacionales. A través de esta asesoría, se ofrece acompañamiento experto en aspectos clave del proceso exportador, garantizando que las empresas accedan a nuevos mercados de manera eficiente y en cumplimiento de todas las normativas vigentes.

En este período, se atendieron las necesidades de ocho empresas, incluyendo nuevos emprendimientos. Se proporcionó orientación en la identificación de oportunidades de negocio, análisis de la competencia, estudio de tendencias y preferencias de los consumidores en mercados internacionales, así como en el cumplimiento normativo y la documentación requerida por el país de origen.

7.1. Asesoría exportadora a la Cooperativa de agricultores en Piura en Perú.

Norandina es una cooperativa con una trayectoria sólida de aproximadamente 19 años, durante los cuales ha demostrado sostenibilidad en su operación. A lo largo de este tiempo, no solo ha consolidado un mercado estable, sino que también ha adquirido experiencia y se ha adaptado a diversas coyunturas, especialmente en el contexto político-comercial.

Actualmente, se espera la llegada de contenedores chinos como parte de una inversión realizada en Perú, específicamente en la ciudad de Chancay. Esta inversión, que inició hace ocho años, permitió la inauguración del puerto en noviembre del año pasado. Gracias a esta infraestructura, nuestro socio comercial planea expandir sus exportaciones. Hasta el momento, se han exportado productos a Europa, pero con la puesta en marcha del puerto, también se pretende ingresar al mercado chino,

ya que esto permitirá reducir costos y tiempos de entrega. En Perú, los tiempos de transporte se han reducido entre 5 y 15 días debido a la optimización del manejo portuario.

Por otro lado, con base en el requerimiento de la empresa, se informa que Colombia solo tiene un acuerdo comercial con Perú que permite la exportación de panela con un arancel del 0%. En este sentido, cualquier despacho desde Perú hacia China debe ser asumido desde ese país. Adicionalmente, se solicitó aclarar las cantidades requeridas y el tipo de producto con el fin de proporcionar información sobre posibles compradores de panela.

7.2. Blue cargó SAS

La empresa busca expandir su presencia en el mercado de los Estados Unidos mediante la incorporación de panela en su portafolio de productos. Para ello, ha solicitado información detallada sobre los requisitos de exportación, el proceso de compra y los estándares de inocuidad y calidad exigidos en este mercado.

7.2. María Camila Gutiérrez.

Camila Gutiérrez, una emprendedora interesada en la exportación de panela a Rusia, solicitó información sobre el proceso de exportación, así como sobre proveedores y clientes en dicho país. Se le informó que Colombia no tiene un acuerdo comercial con Rusia, lo que implica el pago de aranceles para la importación del producto. Asimismo, se identificó que no puede iniciar su proceso de exportación debido a la falta de formalidad empresarial, un requisito esencial para realizar este tipo de operaciones. Finalmente, para establecer contacto con productores, debe definir con claridad su orden de compra y los productos que desea adquirir.

7.3. Asesoría exportadora a la empresa Panela la Cañita.

La empresa Panela La Cañita solicitó asistencia para obtener contactos de agencias de aduana y carga con experiencia en exportación, con el objetivo de iniciar su proceso de comercialización internacional de panela. En respuesta, el área comercial proporcionó información sobre las empresas más reconocidas del sector para facilitar su gestión logística y aduanera.

7.4. Asesoría exportadora Caña Fruits.

La empresa Caña Fruits solicitó información sobre el proceso de envío de muestras sin valor comercial a Londres y los requisitos de exportación de panela. En respuesta, se les proporcionó información sobre las aerolíneas que ofrecen este servicio y los detalles del producto necesarios para la cotización y el envío, incluyendo especificaciones técnicas y logísticas. Además, se les aclaró que el Reino Unido cuenta con un acuerdo comercial que permite la importación de panela con un arancel del 0%.

7.5. Asesoría exportadora Melka Export SAS

Melka Export SAS es una empresa interesada en exportar panela al mercado de los Estados Unidos. Por ello, se le proporciona información detallada sobre el proceso a seguir, incluyendo:

1. Documentación y Registro

2. Requisitos Específicos para Estados Unidos, como el cumplimiento de normativas de la FDA y el etiquetado del producto.
3. Logística y Transporte, que abarca la selección de aerolíneas o navieras y la documentación necesaria para el envío.
4. Aranceles y Tratados Comerciales

Se explica cada etapa del proceso y los actores que intervienen en la cadena de exportación para garantizar una operación exitosa. Finalmente, la empresa solicita información o contactos de productores para concretar negocios y establecer relaciones comerciales. En respuesta, se aclara que es fundamental definir previamente la cantidad de producto requerida y la presentación deseada para poder suministrar la información adecuada.

7.6. Asesoría exportadora a la empresa Tamarin Fruits Colombia.

La empresa contacta al área comercial para obtener información sobre la cuota de exportación de panela bajo el Tratado de Libre Comercio (TLC) para la vigencia 2025, con el objetivo de exportar este producto a los Estados Unidos. Se le aclara que es fundamental investigar detalladamente el proceso de envío, ya que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo establece que el acceso a este contingente se rige bajo el criterio de 'primero en llegar, primero en salir'. Además, se enfatiza la importancia de contar con toda la documentación necesaria que legaliza una exportación, requisito indispensable para participar en dicho contingente.

7.7. Asesoría exportadora al señor Carlos Cifuentes.

Se brinda asesoría al señor Carlos Cifuentes, comerciante independiente interesado en obtener una base de datos de productores paneleros y sus portafolios de productos con el fin de generar negocios en el exterior y obtener una utilidad. Su mercado objetivo es Centroamérica; sin embargo, se le informa que es fundamental definir los países a los que desea llegar, ya que no todos cuentan con tratados de libre comercio que permitan la importación de panela con un arancel del 0%. Además, se le aclara que no todos los productores ofrecen todas las líneas de productos, ya que algunos manejan solo una o dos presentaciones, y que los volúmenes de producción pueden variar.

7.8. Asesoría exportadora a la empresa Logia Terra SAS.

La empresa Logia Terra S.A.S., con domicilio principal en la ciudad de Manizales, Caldas, se dedica a la elaboración de panela. Ante el crecimiento de las exportaciones de este producto hacia el mercado de Estados Unidos, la compañía ha solicitado asesoría especializada para conocer los trámites y requisitos necesarios para su comercialización internacional. Esto se debe a que su colaboradora encargada del proceso no cuenta con experiencia en el ámbito exportador. Como parte de la consultoría, se brindan indicaciones detalladas y se comparte material informativo para facilitar la comprensión y correcta ejecución del procedimiento.

8. Inteligencia de mercados.

Seguimiento a las Exportaciones - cierre 2024

Para el cierre del año 2024, se evidenció un crecimiento significativo en las exportaciones, tanto en volumen como en valor. La cantidad exportada registró un incremento de 2.717 toneladas, lo que representa un 21,6% más en comparación con el año anterior, pasando de 12.902 toneladas en 2023 a 15.619 toneladas en 2024.

En términos de valor, las exportaciones (FOB) también reflejaron una tendencia positiva, aumentando de US \$19.899.512 en 2023 a US \$25.373.434 en 2024, lo que equivale a un crecimiento de US \$5.473.922 o 27,5%. Este comportamiento sugiere una mayor demanda en los mercados internacionales, posible optimización en los precios de venta y una consolidación de la presencia del producto en el comercio exterior.

El incremento tanto en volumen como en valor demuestra una expansión del sector exportador, impulsada potencialmente por estrategias de diversificación de mercados, mejora en la competitividad del producto o mayores acuerdos comerciales. Además, este crecimiento refuerza la importancia de continuar fortaleciendo la producción, calidad y logística para sostener esta tendencia positiva en el futuro.

Figura 1. Histórico de exportaciones de panela colombiana a cierre de 2024.

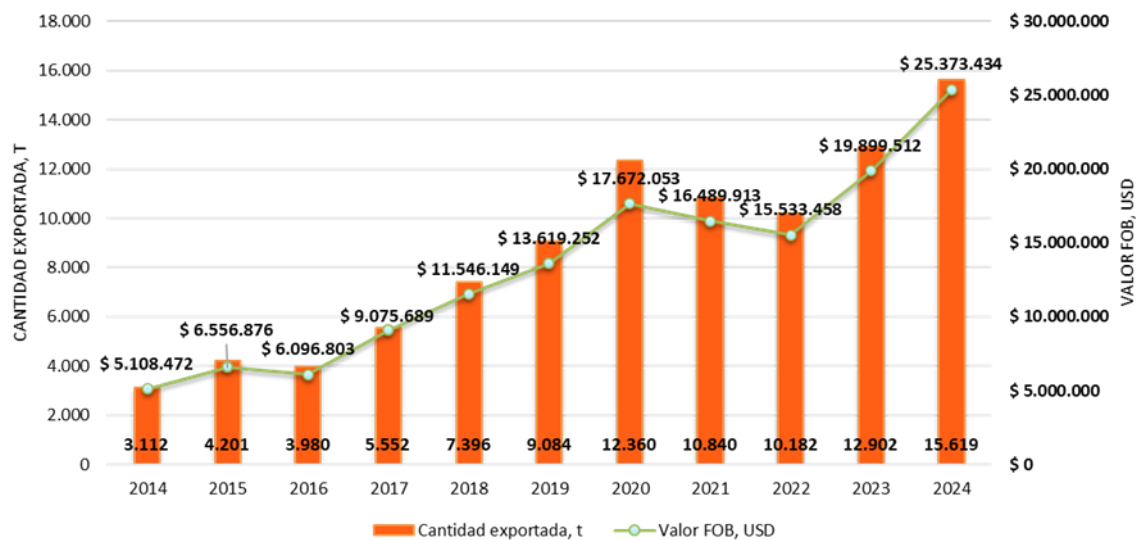


Figura 1. Histórico de exportaciones de panela colombiana a cierre de 2024.

La distribución de las exportaciones sigue mostrando una alta concentración en Estados Unidos y España, mercados clave que han mantenido su relevancia a lo largo de los años. En Estados Unidos, se registró un crecimiento significativo del 45,5% en la cantidad de exportaciones, consolidándose como el principal destino y siendo el mayor impulsor del crecimiento general. Por otra parte, España nuestro segundo destino más significativo presentó una leve reducción del 0,52%, lo que nos muestra que el volumen exportado llegó a 9.472 y 4.242 toneladas, respectivamente.

Adicionalmente, otros países europeos mostraron disminuciones en la demanda. En Francia, Reino Unido y Alemania, donde el decrecimiento fue del 5,18%, 18,2% y 55,7%, respectivamente, con una reducción en sus volúmenes de 10, 17y 73 toneladas. Estas disminuciones pueden deberse a factores como cambios en la demanda, mayores barreras comerciales o competencia con otros proveedores en estos países.

El análisis de las exportaciones evidencia una consolidación en mercados estratégicos como Estados Unidos, que continúa siendo el principal destino con un crecimiento significativo, mientras que España mantiene su relevancia a pesar de una leve reducción. Sin embargo, la disminución en países europeos como Francia, Reino Unido y Alemania resalta la necesidad de evaluar los factores que han afectado la demanda en estos mercados. Para los próximos años, será fundamental fortalecer la presencia en destinos clave, identificar oportunidades en mercados emergentes y desarrollar estrategias que mitiguen el impacto de las caídas en ciertas regiones, garantizando así un crecimiento sostenido y una mayor estabilidad en el comercio internacional.

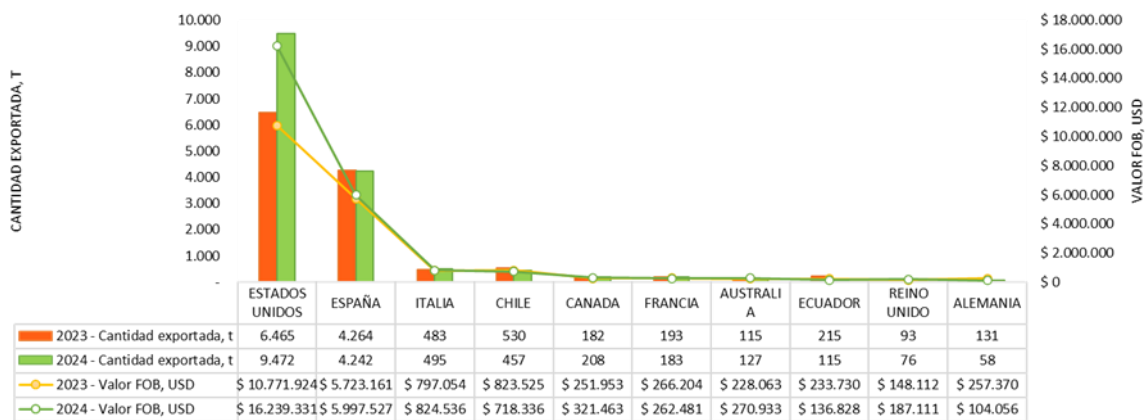


Figura 2. Principales destinos de las exportaciones de panela en 2024, en comparación con 2023

Los mayores precios unitarios de entrada se registraron en Reino Unido (\$2,47 USD/kg), Australia (\$2,14 USD/kg) y Corea del Sur (\$1,97 USD/kg), lo que indica una preferencia por productos especializados, principalmente panela pulverizada orgánica.

Por otro lado, los precios más bajos se reportaron en España (\$1,41 USD/kg) y Francia (\$1,44 USD/kg), reflejando una mayor presión competitiva en estos mercados.

La estrategia comercial debe enfocarse en fortalecer la presencia en mercados con altos precios de entrada y mejorar la competitividad en aquellos con menores valores unitarios.

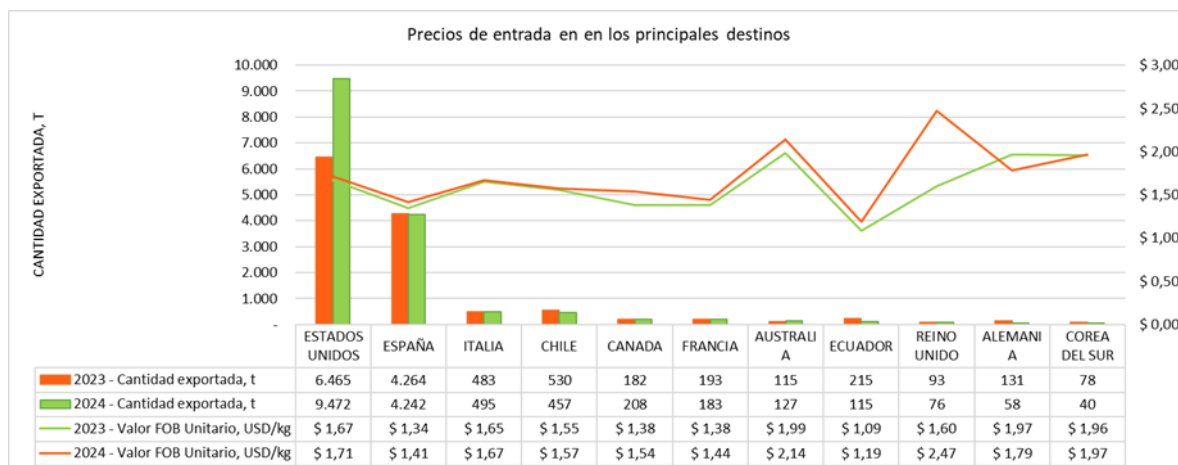


Figura 3. Precios de entrada en los principales destinos de las exportaciones de panela en 2024, en comparación con 2023.

9. Boletines de interés comercial

9.1. Boletín Ferias Internacionales

El primer boletín presenta un resumen visual de las principales ferias internacionales de alimentos y bebidas en 2025, destacando eventos clave en diferentes regiones del mundo. A través de un diseño claro y estructurado, se proporciona información esencial sobre cada feria, incluyendo su nombre, fechas, ubicación y enfoque principal.

Este material gráfico facilita la identificación de oportunidades estratégicas para empresas y productores interesados en expandir sus mercados, resaltando eventos de gran impacto como la Canton Fair en China, Anuga en Alemania, Foodex Japan en Japón, y otras ferias relevantes en América, Europa y Asia. Además, la infografía permite visualizar de manera rápida las tendencias de mercado y los sectores más destacados en cada evento, sirviendo como una herramienta de referencia clave para la planificación y toma de decisiones en el ámbito del comercio internacional de alimentos y bebidas.

9.2. Presentación Cifras de Exportación al Bloque Exportador

El 5 de febrero de 2025, en un esfuerzo por fortalecer la agroindustria panelera en Colombia, se llevó a cabo la reunión del Bloque Exportador, un espacio clave en el que se abordaron temas como las cifras de exportación, los precios del producto, el fortalecimiento de su calidad y la necesidad de apertura de nuevos mercados, entre otros.

Durante la reunión se expusieron cifras clave relacionadas con la exportación de panela, precios en el mercado nacional e internacional, así como tendencias y oportunidades de crecimiento. Algunos de los datos más relevantes fueron:

- Volumen de exportación en los últimos años y su comportamiento en el mercado.
- Principales destinos
- Precios actuales de la panela en el mercado nacional e internacional.
- Desafíos logísticos y comerciales que enfrenta el sector.
- Ferias Internacionales con potencial de participación

Se destacó la participación de Jorge Bedoya, presidente de la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC), quien subrayó la relevancia de la panela como un producto insignia del país y la necesidad de trabajar de manera articulada para impulsar su desarrollo y posicionamiento en el mercado global.

10. Participación de agro empresas en espacios comerciales.

10.1. Feria Agroindustrial Festival de la panela.

El 25 de enero de 2025, en Villeta, Cundinamarca, el equipo de Fedepanela participó activamente en la Feria Agroindustrial, un evento clave dentro del Festival de la Panela que reúne a productores, comerciantes y actores del sector panelero.

Durante la feria, se llevaron a cabo concursos tradicionales como:

- Arriería (categoría hombres y mujeres).
- Enagaverar y desengaverar (categoría hombres y mujeres).
- La caña más larga.

La entrega de premios en estas competencias busca incentivar la participación, reconocer las habilidades tradicionales y fortalecer el sentido de pertenencia de los productores. Además, representa una inversión en el desarrollo del sector y la promoción de prácticas sostenibles, consolidando a la panela como un producto emblemático de Colombia

10.2. Muestra de diversificación de productos

En el marco de la Feria Agroindustrial del Festival de la Panela, se destacó la importancia de la innovación y el valor agregado a través de una muestra de diversificación de productos. donde a lo largo de la feria se presentaron nuevas aplicaciones de la panela en sectores como la cosmética, la alimentación funcional y los energizantes naturales, evidenciando su versatilidad y potencial en mercados especializados. Esta exhibición permitió visibilizar oportunidades de negocio y fortalecer la competitividad del sector panelero frente a nuevas tendencias de consumo.

10.3. Stand de Fedepanela

Fedepanela contó con un stand institucional, diseñado como un punto de encuentro estratégico para productores, empresarios y visitantes interesados en conocer el impacto y las iniciativas de la Federación. En este espacio se presentaron diversos productos derivados de la panela, resaltando su versatilidad y valor agregado. Asimismo, fue el escenario para la realización de los concursos tradicionales del festival, promoviendo la participación activa de los productores y fortaleciendo el sentido de identidad y pertenencia dentro del gremio.

10.4. Participación de empresas

La Feria Agroindustrial también sirvió como un escenario para la participación de empresas del sector panelero y afines, que tuvieron la oportunidad de presentar sus productos, tecnologías y servicios. La presencia de estos actores fue fundamental para fomentar el intercambio comercial, establecer contactos estratégicos y explorar nuevas oportunidades de mercado.

Entre los participantes destacados, se contó con la presencia de Luz Moriano Nieto, quien presentó una oferta de dulcería, resaltando el potencial de la panela en la elaboración de productos

artesanales con alto valor agregado. Asimismo, Productos Caseros Policarpa expuso su propuesta de innovación en la transformación de la panela, promoviendo su diversificación y adaptación a nuevas tendencias de consumo.

Esta participación permitió promover la colaboración entre productores y empresas transformadoras, impulsando el crecimiento, la modernización del sector y la incursión de la panela en mercados especializados, fortaleciendo así su posicionamiento como un producto emblemático y versátil

11. Eventos de difusión en temáticas de interés comercial.

11.1. Pieza de difusión para un foro panelero de agroalimentaria

Como parte de nuestra labor de fortalecimiento del sector panelero, brindamos apoyo en la conceptualización, diseño y difusión del Foro "Conectando Sabores y Saberes Paneleros en la Hoya del Río Suárez", llevado a cabo el 6 de febrero de 2025 en Barbosa, Santander. Este evento, dirigido a productores, comercializadores y demás actores de la cadena productiva, tuvo como objetivo principal generar estrategias para la inclusión de la panela en el mercado de compras públicas, promoviendo su comercialización colectiva y su posicionamiento en nuevos canales de distribución.

Para garantizar el éxito de la convocatoria y ampliar el impacto del foro, la Federación diseñó y distribuyó material publicitario acorde con la identidad del evento, además de implementar una estrategia de difusión efectiva en distintos canales de comunicación. Gracias a estos esfuerzos, se logró una participación de actores clave del sector, facilitando espacios de diálogo y construcción de estrategias comerciales que fortalecen la sostenibilidad y competitividad de la panela en mercados institucionales y comerciales.

11.2. Compras públicas

Participación en la mesa de gobierno empresarial del instrumento de agregación de demanda de alimentos para el consumo humano. En la cual se tocaron puntos importantes respecto al sector alimentos, de cómo pueden llegar a ser proveedores por medio de la plataforma Colombia compra eficiente o Tienda virtual del estado, desde los productores más pequeños hasta los que ya tienen una vasta experiencia en el área, enfocado a dar oportunidades a los pequeños productores que no tienen acceso a estos mercados por su falta de experiencia o capacidad reducida de producción.

De esta manera liberándose de los intermediarios y lograr obtener una mayor rentabilidad de sus productos, siempre y cuando cumplan con los requisitos que necesitan para llegar a comercializar mediante la plataforma según el nivel de producción que tenga este posible proveedor y al segmento que clasifique según sea de menor o mayor cuantía, lo cual es determinado por la entidad que está requiriendo los productos.

A su vez se establecieron fichas técnicas en borrador para evitar la acomodación de los procesos en cuanto filtros generados para direccionar la contratación con un oferente específico de esta forma brindando más transparencia al proceso de contratación.

11.3. Webinar Claves del Neuromarketing para el posicionamiento.

El objetivo de este espacio fue proporcionar herramientas y estrategias innovadoras que permitan a las marcas mejorar su posicionamiento en el mercado y establecer una conexión más efectiva con

sus clientes. En un entorno altamente competitivo, comprender cómo influyen las emociones, la percepción y el comportamiento del consumidor en la toma de decisiones resulta fundamental para potenciar la recordación de marca y optimizar las estrategias comerciales.

La sesión contó con la destacada participación de Andrioty Castillo, administrador de empresas, experto en neuromarketing y coach profesional, quien compartió su amplia experiencia en la aplicación de técnicas basadas en el funcionamiento del cerebro humano para influir en las decisiones de compra. Durante su intervención, abordó conceptos clave como la percepción sensorial en el marketing, la toma de decisiones inconscientes y la importancia de generar experiencias memorables para los consumidores

13. Conclusiones y recomendaciones.

La exportación de panela representa una gran oportunidad para las empresas interesadas en acceder a mercados internacionales. Sin embargo, este proceso requiere un conocimiento detallado de los requisitos normativos, acuerdos comerciales y estrategias logísticas para garantizar su éxito. La asesoría brindada a empresas y emprendedores ha sido clave para fortalecer su preparación, permitiéndoles identificar oportunidades de negocio, optimizar su planeación y cumplir con la regulación de cada país de destino. Además, la correcta selección de mercados y aliados estratégicos resulta fundamental para una internacionalización efectiva y sostenible en el tiempo. Para garantizar el éxito en la exportación de panela, es fundamental que las empresas realicen un análisis detallado de los mercados de destino, considerando acuerdos comerciales, normativas sanitarias y costos logísticos. Se recomienda estructurar un plan de exportación sólido que incluya la identificación de proveedores confiables, una estrategia comercial clara y el cumplimiento de los requisitos exigidos por cada país. Además, es clave mantenerse informado sobre las tendencias del mercado y buscar asesoría especializada para optimizar procesos y mejorar la competitividad en el ámbito internacional.

Para consolidar la presencia de la panela en mercados estratégicos, es esencial diversificar la oferta exportable mediante el desarrollo de nuevos productos y formatos alineados con las tendencias de consumo global. La creciente demanda por productos orgánicos, sostenibles y con certificaciones de comercio justo representa una oportunidad para posicionar la panela en segmentos premium y de alto valor agregado.

Asimismo, es recomendable fortalecer la inteligencia de mercados con estudios detallados sobre las preferencias de los consumidores, identificando barreras arancelarias y no arancelarias que puedan afectar la competitividad del producto. La creación de alianzas estratégicas con distribuidores y plataformas de comercio electrónico facilitará la penetración en mercados con alto potencial de crecimiento, mientras que la optimización de la logística de exportación permitirá reducir costos y mejorar los tiempos de entrega.

Finalmente, la articulación con entidades gubernamentales y organismos internacionales será clave para acceder a mecanismos de facilitación del comercio, financiamiento para exportadores y herramientas de promoción comercial que impulsen la expansión de la panela colombiana en el ámbito global.

INDICADORES DEL PROGRAMA COMERCIAL 2025

Asesoría en procesos de exportación

9/36 (25%)



- ✓ Asesoría a 9 empresas en requisitos de acceso, investigación de mercado, pago de la cuota de exportación y constitución organizacional
- ✓ Elaboración de 13 certificados en calidad de productor en la producción 2024, requisito de la circular de TLC

Boletines de interés comercial

1/4 (25%)



- ✓ Principales ferias internacionales de alimentos y bebidas en 2025

Participación en Eventos Comerciales

2/12 (17%)



- ✓ Feria Agroindustrial Festival de la Panela

Eventos de difusión

3/3 (100%)



- ✓ Pieza de difusión para foro panelero
- ✓ Lanzamiento Ruta Dulce
- ✓ Webinar claves de neuromarketing para el posicionamiento .

PROGRAMA PROMOCIÓN AL CONSUMO GESTION 2024

Presentación a cargo de la C.S Erika Garrido.

Objetivo Oficina de Comunicaciones

Desarrollar la estrategia de comunicación de Fedepanela, que responda y se integre a su Plan Estratégico, para que mediante un plan específico establezca las políticas, mensajes y acciones a

desarrollar en materia de comunicación interna y externa; relaciones con los medios y desarrollo de la estrategia global de imagen corporativa de la Federación. Apoyar a las demás áreas en el desarrollo de estrategias y herramientas de comunicación para el cumplimiento de sus actividades.

Comunicación Interna

Durante este 2024, Fedepanela viene fortaleciendo sus canales internos de comunicación, donde el canal principal es WhatsApp y Mailchimp, a través de los cuales emitimos y recibimos toda la información regional más relevante del sector panelero y de índole nacional. Dichos grupos conformados por funcionarios y contratistas han permitido la comunicación de forma instantánea para poder comunicarnos unos a otros.

La comunicación digital ha sido una pieza clave. Dentro de ello hemos manejado plataformas de envío masivo de mensajes como lo son correos electrónicos a través de la plataforma Mailchimp, así mismo en la oficina central de Fedepanela desarrollamos el tablero informativo, donde cada mes actualizamos las noticias de índole interno y externo que influye en nuestra organización.

Boletines informativos digitales

- Fedepanela en Acción
- Fedepanela News/Tendencias

Total: 63 Boletines emitidos en total a la fecha de la entrega del informe

Productos internos de comunicación:

- Actualización del Manual de marca de Fedepanela – Fondo de Fomento Panelero
- Actualización de los manuales de funcionamiento y procedimientos internos
- Actualización y categorización digital de los datos de la oficina de comunicaciones de Fedepanela
- Actualización del tablero informativo oficina central
- Ordenamiento de todas las bases de datos de Fedepanela

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL - MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicaciones para el año 2024 se centró en dos ejes importantes, el primero de ellos es el Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno Nacional y los objetivos de desarrollo sostenible, donde las acciones de comunicación se articulan directamente en las regiones paneleras del país, parte de ello ha sido el trabajo realizado con diferentes medios de comunicación de orden, principalmente regional y nacional, para extender nuestros mensajes al Gobierno Nacional en momentos de dificultad, como también los escenarios de espacios propicios para la promoción al consumo, el trabajo de los productores paneleros y las organizaciones con las que nos articulamos día a día para el mejoramiento y posicionamiento de la Federación, con los recursos asignados año a año.

Dentro de los cuales destacamos las alianzas con:

Emisora Onda Cinco, Cadena Radial - Todelar Radio, Prisa media, Caracol Radio, Reto Regiones, El Campo en la Radio, RCN Radio, La República, Agronegocios, Revista Semana, Ecos del Combeima, Caracol TV, en los dos primeros trimestres del año en curso.

Resultado: una articulación con 13 medios de comunicación de índole nacional (Tv, radio, prensa, digital) en un relacionamiento primario de pauta y de trabajo en sinergia con diferentes periodistas, con un único objetivo, el posicionamiento y visibilización de la Federación Nacional de Productores de Panela - Fedepanela.

Comunicación Externa - Consumidores y productores

Desarrollo de campañas publicitarias: la promoción al consumo resulta fundamental en las estrategias de mercado y comercialización de los productos paneleros, especialmente con el objetivo de lograr el acceso de los productores a mercados formales e impulsar el consumo de productos con valor agregado. Es por esto que a lo largo de este 2024 se han realizado las siguientes campañas de promoción al consumo:

1. Campaña Mejor Colombiano auspiciada por el MADR a inicio de año secuencia de 2023
2. Campaña "Pan con Fe"
3. Sostenimiento campaña La vida sabe a panela
4. Diseño conceptual y creativo de la campaña publicitaria "Paneleros Conciencia Verde"

Para un total de: 22.000 impresiones digitales, 6 cuñas radiales y 1 comercial de televisión en salidas regionales, locales y nacionales de Fedepanela.

Participación en eventos, ferias y activaciones 2024: presencia de marca de Fedepanela en diferentes espacios publicitarios y de eventos de orden nacional y regional, donde destacamos:

- Gran Fondo Anillo Turístico del sur del Huila
- Reinado de la Panela en Villeta - Cundinamarca
- Cata de Cerveza de Panela, aliado Master Beer
- Salón de la Pastelería y la Repostería en Bogotá
- Exposuarez - Bucaramanga - Santander
- Alimentec, proyecto de panificación Bake And Arts- aliado Adepan
- Día del Campesino en Cundinamarca, Boyacá, Santander y Nariño

Para un total de 6 eventos y 10 activaciones realizados en región, donde destacamos actividades de deporte, cultura, festivales regionales y las tomas paneleras.

COMUNICACIÓN DIGITAL - PLADICOM

Hoy en día la tecnología permite comunicarse de una manera más eficaz, sencilla y rápida gracias a los softwares implementados dentro de los dispositivos utilizados en la vida diaria, como los teléfonos, tablets u ordenadores.

Esto ha permitido avanzar y crear proyectos que antes no eran posibles y permanecer constantemente conectados a nivel global. Esto repercute de manera positiva en el rendimiento de las marcas o negocios.

Desde entonces, Fedepanela en su plan estratégico implementó una estructura de comunicación digital de dos vías, la primera una informativa y de posicionamiento de la organización y una segunda en la creación de programas digitales especializados en diferentes audiencias, definido por su geografía, edad, gustos, tradición y demás actores que permitieron segmentar los públicos para producir contenidos de promoción y comunicación interactiva.

En esa medida, en este 2024 se estableció fortalecer PLADICOM - Plataforma digital de comunicaciones de Fedepanela, donde este ecosistema digital, consiste en la integración de un sitio web actualizado y a la vanguardia con responsive para diferentes multipantallas donde el usuario accede a la información, seguido de canales como (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, LinkedIn y YouTube) donde se ha creado y emitido contenido de Fedepanela.

Resultado: Elaboración de 1480 contenidos realizados entre (piezas publicitarias, videos multiformato, infografías, videos en vivo, pregrabados, fotografías, diseños especiales, pauta digital, entre otros).

COMUNICACIÓN PARA CONSUMIDORES PRODUCTOS ESPECIALIZADOS EN DIFERENTES PÚBLICOS

Tomémonos una Agua de Panela: En su cuarta temporada, este programa busca visibilizar a emprendedores y actores que trabajan con la panela desde diversos campos. Con un formato cálido y relajado de entrevista, se destacan sus avances, trabajos e innovaciones en el sector. El programa se transmite todos los lunes a las 6:00 p.m. a través de YouTube y Facebook Live del Fondo de Fomento Panelero.

Resultados: Emisión de 10 programas en región de "Tomémonos un agua de panela con..." en los canales digitales de Facebook, YouTube y Twitter, destacando a líderes paneleros.

Panela Lovers: En su segunda temporada, "Panela Lovers" nace para conectar a una audiencia joven, especialmente los "foodies", a través de videos en formato vertical. Estos videos destacan establecimientos en diferentes regiones del país (restaurantes, cafés, bares, panaderías, reposterías) que incluyen la panela en sus menús.

Impacto: Durante el 2024, se produjeron 24 capítulos, enfocados en regiones paneleras como Cundinamarca, Caldas y Risaralda.

Logramos una audiencia de 8,000 vistas por video en promedio en Instagram y TikTok.

La vida sabe a panela SPORTS: En su segunda temporada de la serie web deportiva con un total de 6 capítulos en lo que lleva del 2024 se ha impactado diferentes deportes y productores paneleros con productos diversificados y enfocados a la energía y al deporte como PanelCauca con su proteína a base de panela y MUQU'Í con sus barras energéticas. Los capítulos son emitidos en Instagram, Facebook y TikTok.

Impacto: Logramos una audiencia de 5,000 vistas por capítulo en promedio en Instagram, Facebook y TikTok.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS DE COMUNICACIÓN - RELACIONES PÚBLICAS - PR.

En 2024, las alianzas de comunicación han sido cruciales para Fedepanela, permitiendo amplificar nuestro mensaje y fortalecer el sector panelero. Gracias a un trabajo efectivo de relaciones públicas, hemos establecido importantes colaboraciones con Asoleche, el Circuito de Restaurantes de Monserrate de Bogotá, Fedecafé, el Comité Paralímpico Colombiano, la Universidad Unitec, Revista Semana y Pan con Fe de Levapan. Estas alianzas han expandido nuestro alcance, promovido la panela en nuevos mercados y reforzado nuestro compromiso con la sostenibilidad y la tradición culinaria colombiana.

RENOVACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE LA PÁGINA WEB DE FEDEPANELA – FONDO DE FOMENTO PANELERO 2024.

En 2024, Fedepanela ha llevado a cabo una renovación integral de su página web con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario y optimizar la difusión de información sobre el sector panelero. La nueva plataforma presenta un diseño moderno y accesible, con una navegación más intuitiva que facilita el acceso a recursos y noticias relevantes para productores, consumidores y aliados estratégicos. Además, se ha implementado una sección interactiva que permite a los usuarios explorar recetas, eventos y novedades del mercado de la panela, reforzando nuestro compromiso con la educación y la promoción de este producto tradicional colombiano.

La actualización también ha incluido mejoras significativas en la funcionalidad técnica del sitio, garantizando mayor velocidad de carga y compatibilidad con dispositivos móviles. Se han incorporado herramientas avanzadas de análisis y métricas para monitorear el tráfico y el comportamiento de los usuarios, permitiendo a Fedepanela adaptar sus estrategias de comunicación de manera más efectiva. Asimismo, la integración con redes sociales y plataformas de comercio electrónico facilita la interacción y el acceso a productos de calidad, fortaleciendo el vínculo entre los productores paneleros y sus consumidores.

Esta renovación no solo posiciona a Fedepanela como un líder en el sector agroindustrial, sino que también subraya nuestro compromiso con la innovación y el desarrollo digital del gremio. Para el 2025 se espera tener el lanzamiento oficial de la misma.

**PROGRAMA PROMOCIÓN AL CONSUMO – FONDO DE FOMENTO PANELERO
INFORME ANUAL 2024**



Ejes temáticos del Plan Nacional de Desarrollo





PROGRAMA PROMOCIÓN AL CONSUMO PRIMER TRIMESTRE 2025

Objetivo

Desarrollar actividades de promoción que contribuyan a visibilizar y posicionar los productos paneleros ante los consumidores, resaltando: beneficios, diversidad y facilidad de uso, presentaciones no tradicionales.

INDICADORES DE GESTIÓN PRIMER TRIMESTRE 2025

Participación en ferias y eventos: 100% de cumplimiento.

Feria de Manizales - Participación del Fondo de Fomento Panelero: Desde el 4 al 11 de enero, en el marco de las 68ª Ferias de Manizales, las Fondas y Arrierías ofrecieron a los visitantes un recorrido lleno de tradición y cultura a través de la Experiencia Panelera. Este espacio familiar permitió a los asistentes interactuar directamente con los productores de panela, quienes vieron de cerca el proceso de elaboración de este dulce tradicional y sus múltiples derivados, como mieles, dulcerías y conservas. Además, se promovió el consumo de panela como un alimento natural y saludable.

Esta iniciativa contó con la participación del Fondo de Fomento Panelero y Fedepanela, quienes buscaron resaltar la importancia de la panela como producto insignia de la cultura y economía colombiana vinculando a 6 productores paneleros de la región de Caldas.



Reinado Nacional de la Panela: El Fondo de Fomento Panelero participó en el emblemático y tradicional Reinado Nacional de la panela 2025 con un despliegue en múltiples eventos que derivan de este gran magno evento que exaltó las tradiciones, la cultura y el invaluable aporte de la panela como símbolo de identidad nacional. Este año, nuestra institución desfiló con una “Carroza Institucional” monumental que rindió homenaje al arduo trabajo de las familias paneleras y al legado que esta tradición representa para nuestro país. El Reinado Nacional de la Panela no solo celebró la belleza y talento de las candidatas, sino que también resaltó el impacto económico, cultural y social de la panela en nuestro país con una “Jornada técnica y de comunicaciones” en 6 trapiches paneleros, realizamos el concurso “Cargue y Descargue de Caña” y la activación de “Licores Artesanales de panela”, vinculando a diferentes productores de Villeta Cundinamarca.



Divulgación y publicidad en medios masivos y redes:100% cumplimiento.

Nueva Estrategia de Comunicaciones 2025 a través de PLADICO.

En 2025, la estrategia de comunicaciones de Fedepanela - Fondo de Fomento Panelero se fortalecerá a través de PLADICOM (Plataforma Digital de Comunicaciones de Fedepanela - Fondo de Fomento Panelero), consolidando una presencia activa y efectiva en múltiples canales digitales, incluyendo Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp, LinkedIn, TikTok y la página web . Durante el primer trimestre del año, la página web y YouTube serán los dos ejes fundamentales para potenciar la comunicación en tecnología, desarrollo y contenidos, garantizando información relevante y accesible para todos los públicos.

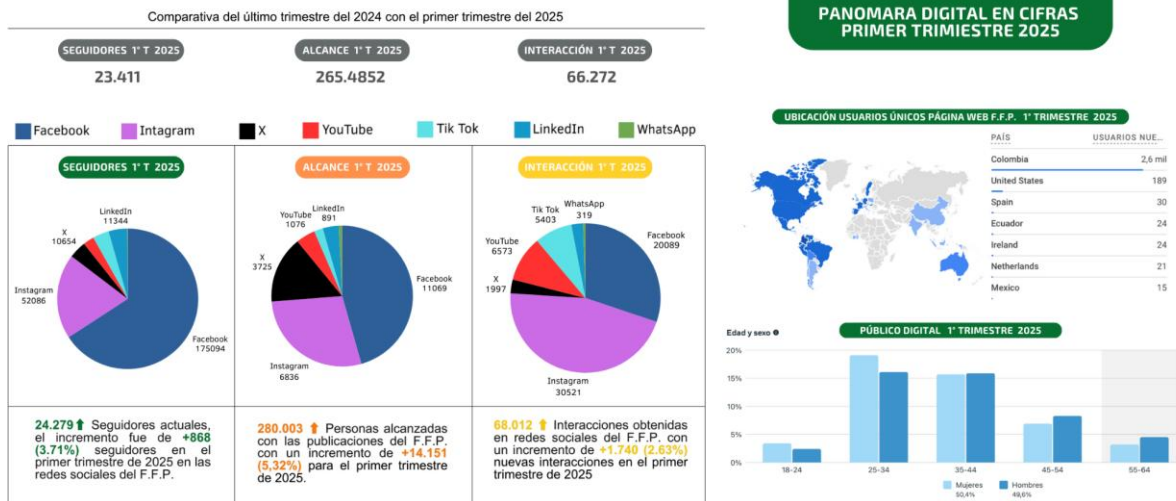
La Oficina de Comunicaciones del Fondo de Fomento Panelero ha diseñado programas especializados adaptados a cada una de estas redes sociales, con estrategias diferenciadas según los objetivos públicos. Este enfoque permitirá potenciar la información y el consumo de panela a través de contenidos innovadores y producciones de alta calidad, fortaleciendo la identidad y el impacto del sector panelero en el ámbito digital dependiendo del público que consume cada red digital.

Con PLADICOM , Fedepanela reafirma su compromiso con la modernización y la expansión de su mensaje, aprovechando el poder de las plataformas digitales para conectarse con audiencias diversas y seguir posicionando la panela como un producto insignia de Colombia. Además, se reconoce la importancia de los boletines de prensa y la comunicación constante con los medios . Estos instrumentos serán clave para mantener informados a periodistas, líderes de opinión y el público en general sobre los avances, eventos y logros de Fedepanela, ampliando el alcance y la transparencia de las iniciativas del fondo. Los boletines de prensa y la interacción con los medios se integrarán como parte esencial de la estrategia, asegurando que cada mensaje resuene y se difunda adecuadamente en el ecosistema mediático.

Con PLADICOM y el lanzamiento del CANAL OFICIAL DE WHATSAPP Fedepanela - F.F.P donde se reafirma el compromiso con la modernización y la expansión del mensaje, aprovechando el poder de las plataformas digitales y las herramientas tradicionales de comunicación para conectarse con audiencias diversas y seguir posicionando la panela como un producto insignia de Colombia.

- Medios de comunicación Tradicional con PLADICOM
- Lanzamiento nuevo canal de Whatsapp
- Contenidos especializados en redes sociales (diferentes públicos y edades)
- Plataforma (página web) actualizada y organizada con nuevos formatos y contenidos.

Boletines digitales con emisión semanal



Fuente: Meta Business Suite y estadísticas propias de las RRSS

Productos especiales de comunicación

Estrategia Integral 2025: Los programas de promoción al consumo del Fondo de Fomento Panelero han renovado su imagen para adaptarse a las nuevas audiencias y aprovechar al máximo los algoritmos de las redes sociales. Basándonos en el informe Hubspot 2025, hemos definido tres líneas estratégicas:

1. Tomémonos una agua de panela:

Descripción: Programa Institucional de los actores del gremio panelero desde los territorios paneleros.

Objetivo: Aprovechar la alta exposición en estas redes para migrar y expandir la audiencia, generando contenido atractivo y viral.

Plataformas: YouTube - YouTube Shorts - Facebook - Instagram - Canal de Whatsapp

Se realizaron 5 programas para el primer trimestre del 2025 enfocados en el departamento de Boyacá vinculando la representación de la red de mujeres paneleras, productores de Santana, Boyacá, al presidente departamental e instituciones aliadas como Agrosavia y Seguros Agrovida; alcanzando más de 1.200 usuarios en redes sociales.

2. Panela Lovers:

Descripción: La guía definitiva para foodies que buscan los mejores lugares para disfrutar la panela en Colombia.

Objetivo: Conectar con el público juvenil y de consumo rápido, mediante contenidos dinámicos y visualmente impactantes.

Plataformas: Instagram - Tik Tok - YouTube Shorts - Facebook - Canal de Whatsapp

Se realizaron 5 capítulos para la nueva temporada 2025 enfatizando en la diversificación de la panela en la especialidad de bebidas, como malteadas, cocteles y otras, además de combinar la gastronomía con el ecoturismo de Boyacá; generando más de 10.000 impresiones e interacciones en los canales digitales del F.F.P.

3. La vida sabe a panela sports:

Descripción: Programa Digital donde el deporte y la energía de la panela colombiana van de la mano.

Plataformas: Instagram - Tik Tok - YouTube Shorts - Facebook - Canal de Whatsapp

Objetivo: Potenciar una comunicación que llegue a públicos masivos, ofreciendo contenidos deportivos y de entretenimiento de rápida asimilación.

Se realizaron 3 capítulos de lanzamiento de la tercera temporada de la serie web deportiva, posicionando el “Especial equino con panela” de la mano de productores de panela de Colombia y marcas aliadas como Nutri Energy y la Escuela de carabineros del Ejército Nacional, generando más de 8.000 vistas en cada capítulo.



Esta estrategia integral nos permitirá posicionar la panela de manera innovadora y eficaz, asegurando la conexión con diferentes segmentos de audiencia y maximizando el impacto en el entorno digital.

Nota: Para este primer trimestre de 2025 realizamos la gira en el departamento de Boyacá en los municipios de Moniquirá, Togüí, Chitaraque, San José de Pare y Santa anclado con el Plan Nacional de Desarrollo de la comunicación desde las regiones

Campaña de promoción al consumo:

Objetivo: Reformular la estrategia de comunicación para posicionar la panela como un producto esencial en el consumo diario de los colombianos, aprovechando tendencias virales y creando contenido que genere cercanía y sentido de pertenencia tanto con los productores como con los consumidores.

Enfoque Estratégico:

- De la Información a la Conexión: Pasamos de una comunicación educativa tradicional a una narrativa emocional y experiencial.
- De la Publicidad a la Viralidad: Aprovechamos tendencias digitales para generar contenido replicable y compartible.
- De lo Institucional a lo cotidiano: Incorporamos la panela en situaciones reales y aspiracionales de los consumidores.

Pilares de la Estrategia: Realización de contenido viral y de tendencias, historias de vida, sentido de pertenencia y publicidad segmentada. Los Indicadores de éxito de esta campaña para 2025 será medido en:

- Incremento en el engagement en redes sociales (+30%).
- Aumento en menciones y uso de hashtags relacionados con la panela.
- Crecimiento en la percepción positiva y cercanía de la marca Fondo de Fomento Panelero.
- Incremento en el consumo de panela evidenciado en ventas y menciones en redes.

Con esta estrategia, transformaremos la panela en un producto viral, emocional y cercano, conectando con el consumidor moderno y fortaleciendo la identidad de los productores.

Alianzas Estratégicas de Promoción al Consumo:

Durante el primer trimestre del año, consolidamos alianzas estratégicas clave para fortalecer la visibilidad y promoción de la panela y los productos del campo.

El Espectador, destacamos el agroturismo como una nueva forma de explorar el campo en Colombia, impulsando La Ruta Turística de la Panela en Cundinamarca.

Junto a la SAC (Sociedad de Agricultores de Colombia), avanzamos en la Estrategia 2025, enfocada en comunicaciones y promoción del agro.

En el Circuito de Restaurantes de Monserrate, respaldamos Plato Ganador – Historias & Sazones 2024, exaltando la tradición gastronómica.

Finalmente, en Agroexpo, promovimos la unión de territorios paneleros y la riqueza de los sabores del campo a través de la articulación gremial.

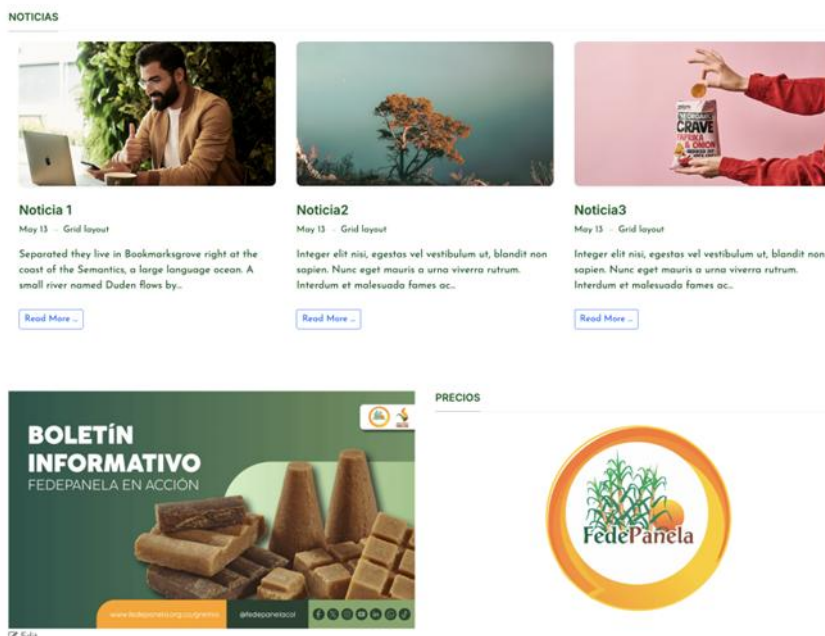


Herramientas para la promoción al consumo: 100% cumplimiento

Fedepanela se Renueva: Una Nueva Era Digital para el 2025:

La nueva renovación de la página web de Fedepanela establece un nuevo estándar digital para el Fondo de Fomento Panelero en 2025. Se han implementado mejoras en el diseño, la usabilidad y la optimización de contenidos, lo que facilita el acceso y la interacción de los usuarios con la información.

Además, el desarrollo del nuevo manual de marca se erige como eje fundamental de esta transformación, garantizando la coherencia visual y estratégica en todos los ecosistemas digitales del fondo. Esta actualización refleja un compromiso integral con la modernización y la eficiencia, reafirmando la identidad y el liderazgo de Fedepanela en el sector.



Fuente: Joomla (plataforma de construcción de la nueva página web F.F.P)

Herramientas para la promoción al consumo

Diseño de materiales gráficos: se desarrollaron y produjeron un total de 40 piezas visuales, entre las que se incluyen infografías, banners, post estáticos, entre otros elementos gráficos. Estos diseños fueron creados bajo estrictos estándares de calidad y alineados con la identidad visual de nuestra marca. Su implementación abarcó plataformas digitales y eventos. Cada pieza tiene como propósito transmitir de manera clara y efectiva los beneficios y aplicaciones de la panela, asegurando que nuestro mensaje llegue de forma impactante al público objetivo.

Videos: Se produjeron 10 videos de alta calidad, diseñados estratégicamente para destacar las propiedades y aplicaciones de la panela. Cada video combina narrativas visuales atractivas con contenido educativo, logrando una conexión efectiva con nuestra audiencia. Estas piezas audiovisuales son fundamentales dentro de nuestra estrategia de marketing, ya que permiten

transmitir el mensaje de manera dinámica e impactante a través de diversas plataformas, como redes sociales, nuestro sitio web y presentaciones en eventos.

Al finalizar la presentación del punto 5, de parte del secretario de la Junta Directiva, Ing. Carlos Mayorga se realiza la siguiente intervención: “La Dra. América debe asistir a una reunión urgente, entonces se trataran los siguientes puntos del orden del día; el punto 6 “Informe de ejecución presupuestal 2024”, para el viernes 4 de abril de 2025 a las 13:30, el punto 7, se trataría en este momento, “presentación estados financieros a 2024” El punto 8 “Adición de recursos” para el día viernes, el Punto 9 “presentación y aprobación de gastos de inversión” para el día viernes, el punto 10 “informe de auditoría” se trataría hoy, el punto 11, para hoy que es la elección de firma auditora y “proposiciones y Varios”, quedaría también para el viernes 4 de abril; se coloca a consideración de los miembros de Junta Directiva, siendo aprobado por 4 votos de los delegados de la Junta Directiva, por lo cual se considera aprobada la modificación del orden del día y de la continuación de forma virtual de la Junta Directiva para el 4 de abril de 2025.

6. PRESENTACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS A 31 DE DICIEMBRE 2024:

Presentación a cargo del Dr. Juan Manuel Lasso. Se hace la presentación de los estados financieros, debidamente suscritos por el representante legal, por la contadora de la entidad y por la auditoria interna del Fondo de Fomento Panelero, enviados previamente por correo electrónico a los miembros de la Junta Directiva y reportada a los organismos de control como son la Contaduría General de la nación y la Contraloría General de la República, tanto en la parte presupuestal como en la parte contable.

FONDO DE FOMENTO PANELERO
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
A 31 de Diciembre de 2024 y 2023
(Cifras en Pesos Colombianos)

	<u>Nota</u>	%	<u>2024</u>	<u>2023</u>	%
ACTIVO					
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	5				
Caja		\$	2.592.615	\$ 34.985.777	-93%
Cuentas Corrientes y de Ahorros		\$	633.160.525	\$ 430.292.901	47%
Total efectivo y equivalentes de efectivo		\$	635.753.140	\$ 465.278.678	37%
CUENTAS POR COBRAR	6				
Rentas Parafiscales		\$	101.324.446	\$ 87.052.702	16%
Otros Deudores		\$	8.618.375	\$ 1.995.759	332%
Total Cuentas por cobrar		\$	109.942.821	\$ 89.048.461	23%
INVENTARIO	7				
Rollos de Cinta		\$	24.834.348	\$ 22.820.060	9%
Total inventario		\$	24.834.348	\$ 22.820.060	9%
PROPIEDADES Y EQUIPO	8				
Equipos de Computación		\$	99.337.000	\$ 99.337.000	0%
Equipos y Maquinas de Oficina		\$	36.499.998	\$ 36.499.998	0%
Depreciación Acumulada		\$	(80.090.829)	\$ (68.604.131)	17%
Total propiedades y equipo, neto			55.746.169	67.232.867	-17%
OTROS ACTIVOS					
Anticipos a Proveedores y de Viaje		\$	324.000	\$ 228.144	42%
Total otros activos		\$	324.000	\$ 228.144	42%
TOTAL ACTIVO		\$	826.600.478	\$ 644.608.210	28,2%

PASIVO				
		<u>2024</u>	<u>2023</u>	%
CUENTAS POR PAGAR	9			
Adquisición de Bienes y Servicios Nacionales	\$	54.812.721	\$ 32.710.469	68%
Retención de Ica	\$	2.425.272	\$ 2.322.694	4%
Retención en la Fuente e Impuesto de Timbre	\$	3.969.148	\$ 1.611.575	146%
Otras Cuentas por Pagar	\$	29.089.989	\$ 14.975.322	94%
Recaudos a Favor de Terceros	\$	46.861.410	\$ 43.772.853	7%
Total Cuentas por Pagar	\$	137.158.540	\$ 95.392.913	44%
BENEFICIOS A EMPLEADOS	10			
Beneficios a Empleados	\$	58.523.895	\$ 46.566.860	26%
TOTAL PASIVO	\$	195.682.435	\$ 141.959.773	37,8%
FONDO SOCIAL				
PATRIMONIO	12			
Capital Parafiscal	\$	394.378.241	\$ 394.378.241	0%
Resultados Acumulados	\$	116.805.224	\$ 164.640.341	-29%
Excedente o Déficit del Ejercicio	\$	128.269.606	\$ (47.835.117)	-368%
Adopción por Primera Vez	\$	(8.535.028)	\$ (8.535.028)	0%
TOTAL FONDO SOCIAL	\$	630.918.043	\$ 502.648.437	25,5%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$	826.600.478	\$ 644.608.210	28,2%

Se presenta el estado de resultados a 31.12.2024:

FONDO DE FOMENTO PANELERO
ESTADO DE RESULTADOS
A 31 de Diciembre de 2024 Y 2023
(Cifras en Pesos Colombianos)

	<u>Nota</u>	<u>2024</u>	<u>2023</u>	%
RENTAS PARAFISCALES	13			
Rentas Parafiscales	\$	5.429.035.117	\$ 5.046.452.157	7,6%
Devoluciones y Descuentos	\$	-	\$ -	0%
Total Rentas Parafiscales	\$	5.429.035.117	\$ 5.046.452.157	7,6%
OTROS INGRESOS				
Financieros	\$	29.424.336	\$ 36.204.319	-18,7%
Ingresos Extraordinarios		196.614	2.435.631	-91,9%
Total Otros Ingresos	\$	29.620.950	\$ 38.639.950	-23,3%
TOTAL INGRESOS	\$	5.458.656.067	\$ 5.085.092.107	7,3%

GASTOS

ADMINISTRACIÓN

Sueldos	\$	455.771.845	\$	433.437.912	5,2%
Gastos de Personal Diversos	\$	857.379.774	\$	762.075.849	12,5%
Gastos Generales	\$	3.937.443.404	\$	3.866.533.553	1,8%
Impuestos, Contribuciones y Tasas	\$	36.335.788	\$	33.740.673	7,7%
Total Gastos de Administración	\$	5.286.930.811	\$	5.095.787.987	3,8%

DEPRECIACIONES

Equipo de Oficina	\$	7.300.008	\$	7.300.008	0,0%
Computo y Comunicaciones	\$	4.186.692	\$	3.913.889	7,0%
Total Gastos por Depreciación	\$	11.486.700	\$	11.213.897	2,4%

OTROS GASTOS

Gastos Bancarios	\$	25.365.985		25.925.238	-2,2%
Gastos Diversos	\$	6.602.965	\$	102	6473395%
Total Otros Gastos	\$	31.968.950	\$	25.925.340	23,3%

TOTAL GASTOS	\$	5.330.386.461	\$	5.132.927.224	3,8%
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$	128.269.606	\$	(47.835.117)	368,1%

Se hace la explicación y notas a cada uno de los estados financieros, de parte del Dr. Juan Manuel Lasso, Director Financiero de Fedepanela.

Se someten a aprobación de los miembros de Junta Directiva del Fondo de Fomento Panelero, aprobados por unanimidad por los asistentes a la Junta Directiva.

De acuerdo con la modificación del orden del día, se presenta a continuación el punto 10 “10. Informe de Auditoría Interna del Fondo Nacional de la panela a 31 diciembre 2024”

PUNTO 10. INFORME DE AUDITORÍA INTERNA DEL FONDO NACIONAL DE LA PANELA A 31 DICIEMBRE 2024”

Presentación a cargo de la Dra. Paola Urrea, representante de la firma GARSSA CONSULTING, auditoría interna del Fondo de Fomento Panelero:

INFORME DE AUDITORIA INTERNA VIGENCIA 2024

Orden del día:

- Auditoría Procesos de Recaudo.
- Auditoría Procesos de Inversión.
- Auditoría Estados Financieros y Presupuesto.
- Auditoría Sistemas de Información.
- Plan de Mejoramiento CGR.

- Control Interno

AUDITORIA PROCESOS DE RECAUDOS

REVISIÓN Y ANÁLISIS INFORMACIÓN AVANCE RECAUDO VIGENCIA 2024

Con corte al mes de diciembre para el periodo comparativo 2024-2023, se presentó un aumento del 6,11% en el recaudo, principalmente por las siguientes situaciones:

- Aumento del recaudo formal, por seguimiento a nuevos almacenes y aportantes por liquidación por estrategias implementadas.
- Aumento del precio del Kg de panela que, según resolución, para el I Semestre de 2024 fue \$3.244 y para el I Semestre de 2023 había sido de \$3.162 (+2,59%).
- Leve aumento del precio del Kg de panela que, según resolución, para el II Semestre de 2024 fue de \$3.196 y para el II Semestre de 2023 fue de \$3.193 (+0,09%).
- Apoyo de la secretaria del Comité de Vigilancia y Control del Ministerio de Agricultura con la creación de los comités de vigilancia.
- Control de código QR a las etiquetas evitando uso indebido de estas, así como capacitaciones a la Policía Nacional y control en carretera.
- Capacitaciones y seguimiento a productores con el fin de incentivar la presentación de liquidación de cuota de fomento panelero.

Cifras expresadas en pesos colombianos
COMPARATIVO RECAUDO 2024/2023

DEPARTAMENTO	ACUMULADO A DICIEMBRE 2024	ACUMULADO A DICIEMBRE 2023	VARIACIÓN
ANTIOQUIA	779.728.470	795.564.084	-1,99%
ATLÁNTICO	-	511.685	-100,00%
BOYACA	593.324.229	505.286.665	17,42%
CALDAS	150.557.153	161.483.657	-6,77%
CAUCA	203.784.187	161.360.754	26,29%
C/MARCA	869.376.939	832.626.788	4,41%
HUILA	288.987.794	268.980.059	7,44%
NARIÑO	478.539.674	474.417.000	0,87%
QUINDÍO	69.135.841	56.101.543	23,23%
RISARALDA	224.636.534	201.581.419	11,44%
SANTANDER	673.354.834	544.059.003	23,77%
NORTE DE SANTANDER	46.009.303	31.205.461	47,44%
TOLIMA	177.065.455	162.511.654	8,96%
VALLE	843.576.629	732.846.505	15,11%
CAQUETÁ	-	3.155.000	-100,00%
CARTÓN	-	116.629.649	-100,00%
TOTALES	5.398.077.042	5.048.320.925	6,93%
Vigencia Anterior		37.834.764	-100,00%
Intereses		1.050.630	-100,00%
TOTAL	5.398.077.042	5.087.206.320	6,11%

Fuente. Contabilidad del FFP

Gestiones:

- Visitas a oficinas de recaudos Gestión Delegados- verificación etiquetas
- Visitas de verificación a supermercados o entidades que retienen y transfieren la cuota.
- Gestiones DIAN y Certificaciones de Paz y Salvo / Devoluciones/ Revisión proveedores.

Visitas:

Abril junio 2024: Boyacá (Terceros), Tolima, Caldas, Valle.
Julio Septiembre 2014: Nariño, Huila. Cierre Cartón, Antioquia, Cundinamarca.
Octubre diciembre 20244: Santander y Socorro, Risaralda – Quindío, Villeta.
Enero Marzo 2025: Cauca, Boyacá, Norte de Santander.

Delegados visitados: 13 Delegados visitados: Tolima, Caldas, Valle del Cauca, Huila, Nariño, Antioquia, Cundinamarca, Santander-Norte Santander, Socorro, Risaralda-Quindío, Boyacá, Villeta, Cauca.

Recaudadoras visitados: 49 recaudadores visitados del - 42 Recaudadores activos. - 7 Recaudadores potenciales.

Caos en revisión: Productores/Comercializadores: 3 en Bucaramanga.

Visitas recaudadores – supermercados: Oportunidad en el traslado. -Adecuada Liquidación.
-Verificación Etiqueta e Inventario. -Gestión integral del Delegado.

VERIFICACION RESOLUCIONES 538-2023 y 181-2024

I Semestre 2024: Según el artículo 1, parágrafo 1 de la Resolución No 538 de 2023, suscrita por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – MADR. \$3.244. Se verifica la aplicación por parte de la auditoría interna así:

II Semestre 2024: Según el artículo 1, parágrafo 1 de la Resolución No 181 de 2024, suscrita por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – MADR. \$3.196. Se verifica la aplicación por parte de la auditoría interna así:



De acuerdo con las pruebas de control aplicadas por la Auditoría Interna, se certificó la correcta aplicación de la resolución en la comercialización formal. Es preciso indicar que, en la comercialización informal, no hay evidencias suficientes para certificar el cumplimiento con exactitud, dado que los cálculos se hacen sobre ponderados de empaque, y no cantidades de empaque exacto; se requiere una revisión de la reglamentación puesto que algunas veces no es posible la verificación de empaque en cada venta de etiqueta. No obstante, se considera que el procedimiento es razonable, dadas las condiciones de la comercialización.

AUDITORÍA INVERSIONES:

PLANEACIÓN VISITAS TÉCNICAS DE AUDITORÍA

Teniendo en cuenta la producción y rendimiento que se obtuvo en el año 2023, se seleccionaron 14 departamentos para llevar a cabo las visitas a productores y en especial acompañando al administrador en las diferentes actividades aprobadas en cada área de inversión así:

#	Departamento	Fecha estimada de visita
1	CUNDINAMARCA	may-24
2	BOYACA	jun-24
3	SANTANDER	jun-24
4	CALDAS	Jul-24
5-6	RISARALDA- QUINDIO	Jul-24
7	CAUCA	Sep-24
8	NORTE DE SANTANDER	Sep-24
9	TOLIMA	Sep-24
10	ANTIOQUIA	Sep-24
11	HUILA	Nov-24
12	CAQUETA	Nov-24
13	NARIÑO	Dic-24
14	VALLE DEL CAUCA	Feb-25

Cumplimiento Global 100% correspondiente a 14 seguimientos de los 14 mínimos programados.

El seguimiento se realizó de manera presencial en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Santander, Caldas, Risaralda-Quindío y Antioquia y seguimientos virtuales en los departamentos de Cauca, Norte de Santander, Tolima, Huila, Caquetá, Nariño y Valle del Cauca; cumpliendo con lo programado en el plan de trabajo.

Productores encuestados (34)

30 califican el servicio del FFP (5 puntos) 88,24%

4 califican el servicio del FFP (4 puntos) 11,76%

Nota. Escala de calificación de la encuesta de 0 a 5, (0 más bajo hasta 5 como más alto).

RESULTADOS DE AUDITORÍA ACTIVIDADES DE CAMPO

Departamentos Visitados:

Cundinamarca, Boyacá, Santander, Caldas, Risaralda-Quindío, Antioquia, Cauca, Norte de Santander, Tolima, Huila, Caquetá, Nariño y Valle del Cauca. 34 Productores encuestados.

Actividades Auditadas:

Programa Historias y sazones - Trapiches Monserrate con estudiantes de gastronomía recorrido por proceso de producción de panela con enfoque de promoción al consumo. 1 productor visitado en predio (Calificación del servicio 5 puntos).

Visita Evento ExpoSuárez 2024: con la participación de 220 expositores y la articulación de 17 instituciones del sector público-privado. 9 productores de Boyacá y Santander visitados y encuestados. (Calificación del servicio 5 puntos - 5 productores, 4 puntos – 4 productores).

Visitas asistencias técnicas Risaralda, 2 productores visitados en predio (Calificación del servicio 5 puntos). Caldas 1 productor visitado en predio (Calificación del servicio 5 puntos).

Capacitación Seguridad y Salud en el Trabajo y BPM, Antioquia realizada en el Municipio de Guadalupe, Vereda San Juan a 7 productores. (Calificación del servicio 5 puntos).

Visita asistencia técnica Norte de Santander, 1 productor visitado en predio (Calificación del servicio 5 puntos).

Visitas asistencias técnicas Cauca, 2 productores visitados en predio (Calificación del servicio 5 puntos).

Visita acompañamiento organizaciones paneleras APROPANELA, Fresno Tolima. Participación de 7 productores y su representante legal, total 8 productores (Calificación del servicio 5 puntos).

Visita asistencia técnica Huila, 1 productor visitado en predio (Calificación del servicio 5 puntos).

Visita asistencia técnica Caquetá
, 1 productor visitado en predio (Calificación del servicio 5 puntos).

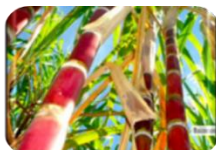
Visita Acompañamiento Conformación Comité Cadena Nariño con el MADR y Coordinador Fedepanela Nariño.

Visita asistencia técnica Valle del Cauca, 1 productor visitado en predio (Calificación del servicio 5 puntos).

Nota. Escala de calificación de la encuesta de 0 a 5, (0 más bajo hasta 5 como más alto).

AUDITORÍA INTERNA INVERSIONES FFP

Se revisó con cada Director de área y equipo de apoyo, el detalle de los servicios ofrecidos por cada área de inversión del fondo, basados en las capacidades operativas, monto de inversión y metas propuestas por trimestre, validando el avance de los planes de trabajo correspondiente a la vigencia 2024 para el cumplimiento de metas, y así establecer el proceso de seguimiento de la Auditoría interna desde el componente técnico con el cual se abordan los siguientes frentes:



Área técnica



**Área socio
empresarial**



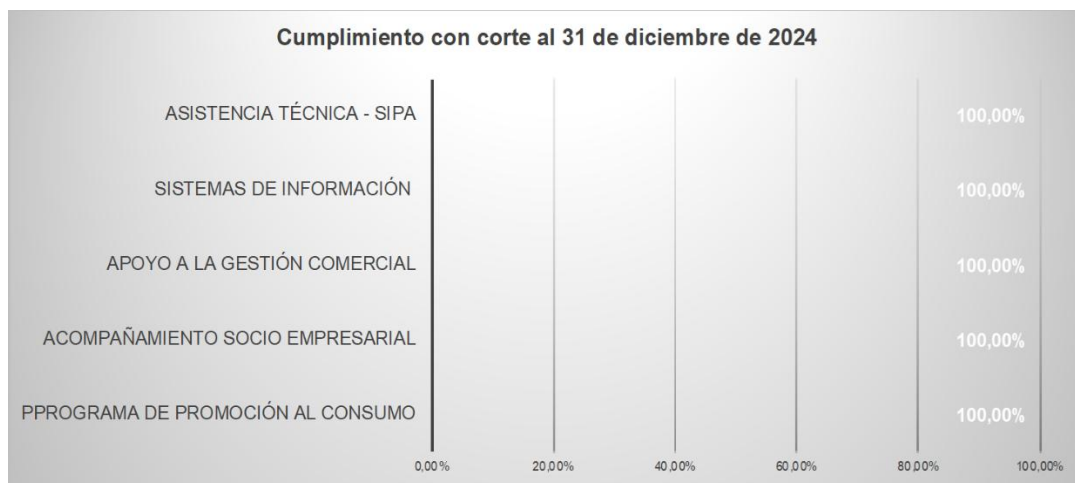
**Área
comercial**



**Área
promoción
al consumo**



**Área de
Sistemas**



AUDITORÍA FINANCIERA: ESTADOS FINANCIEROS. PRESUPUESTO.

ESTADOS FINANCIEROS a 31 DICIEMBRE/ 2024

El área contable presentó a la auditoría los Estados Financieros bajo el marco normativo NICSP, acumulados con corte al 31 de diciembre de 2024 los cuales presentan razonabilidad en la información financiera y se validaron los siguientes aspectos:

ACTIVOS por \$826.600.478

Efectivo y equivalente de efectivo con el 76,91%, por valor de \$635.753.140 se validaron las conciliaciones bancarias sin partidas conciliatorias superiores a 30 días.

Se realizaron validaciones del inventario, de la propiedad planta y equipo y de los anticipos entregados a terceros, verificando que, la información registrada y presentada se encuentra de manera razonable.

PASIVOS por \$195.682.435

Se validaron las cuentas del pasivo encontrando como la cuenta más representativa, las Cuentas por pagar con un 70,02%, que incluye los pagos de bienes y servicios, descuentos de nómina, pago de seguridad social, anticipos e impuestos registrados al 31.12.2024 que fueron efectivamente pagados enero de 2025.

INGRESOS por \$5.458.656.067

Se realizaron las verificaciones de las cuentas del ingreso, observando que, la cuenta más representativa, corresponde a los ingresos parafiscales por concepto de cuota de fomento con una participación del 99,46%. Se realizó análisis de los ingresos por recaudo, por departamento vigencia 2024 y 2023, así como el análisis contable de la depuración del ingreso, que determinaron la cifra al cierre de la vigencia 2024.

GASTOS por \$5.330.386.461

En la vigencia 2024 los gastos más representativos, corresponden a gastos generales con el 73,87%, correspondientes a gastos de inversión ejecutados en los (5) programas: Promoción al consumo, Transferencia y extensión, Sistemas de información, Comercialización y Control de la evasión.

De acuerdo con la revisión por muestreo de los soportes físicos, se revisó el adecuado registro de cada gasto, validando su contrato, la factura/cuenta de cobro, fecha, valor y retenciones, oportuna contabilización y su respectiva relación de causalidad, así como el cumplimiento del pago de seguridad social y finalmente su pago/transferencia.

INGRESOS

Al corte del 31 de diciembre de 2024, se presentó un avance en la ejecución acumulada del 96,01% sobre el presupuesto de ingresos aprobado para la vigencia 2024.

Se observó que, el recaudo por concepto de Cuota de Fomento Panelero sobrepasó lo inicialmente presupuestado en la vigencia 2024, alcanzando el 100,76% de ejecución.

GASTOS

Al corte 31 de diciembre de 2024, se presentó una ejecución del 98,04% sobre el presupuesto de gastos aprobado para esta vigencia, siendo acorde.

Así mismo la información se encuentra conciliada y registrada de acuerdo con el presupuesto ejecutado.

AUDITORÍA – SISTEMAS DE INFORMACIÓN.

OBJETIVO SEGUIMIENTO AUDITORÍA Tics 2024.

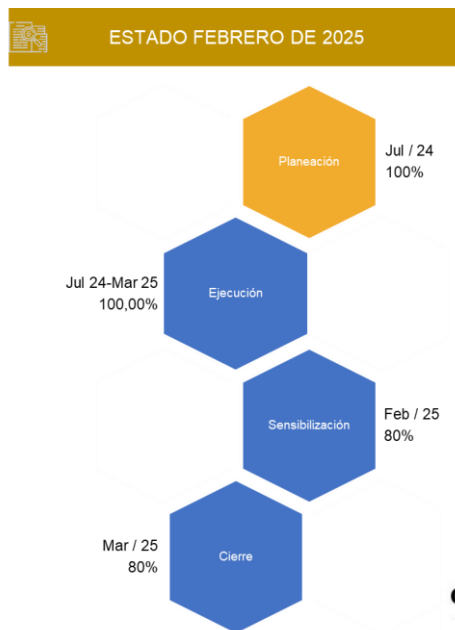
Validación del sistema de información SIPA y Etiquetas

Cumplimiento normativo de derechos de autor y propiedad intelectual del software

Realizar seguimiento a la seguridad de la información

Evaluación del respaldo y continuidad tecnológica

ESTADO FEBRERO DE 2025



El 20% que falta para su avance, se realizará con el cierre.

PLAN DE MEJORAMIENTO CGR 2022.

ACTIVIDADES:

Verificación – Jul/2023-Jun/2024: Pruebas de control por parte de la Auditoría para verificar mediante muestreo el cumplimiento y efectividad de las acciones implementadas por parte de la Administración.

Acompañamiento Visita CGR – Abr/2024: Se realizó acompañamiento al Administrador en el marco de la Indagación Preliminar No. IP-83112-2023-43136 de la Contraloría General de la República.

En el año 2024, se emitieron las certificaciones de avance a los dos planes de mejoramiento CGR 2015 y 2022, certificando el cumplimiento alcanzado a diciembre 31 de 2023 y a junio 30 de 2024; estas fueron cargadas al SIRECI por el administrador, en los tiempos establecidos.

En la vigencia 2024 se ha verificado la efectividad de las acciones implementadas.

Seguimiento Ejecución Plan de Mejoramiento 2022 Actividades al 31/12/2023			
Hallazgo	% Esperado a dic/2023	% Soportado septiembre/2024	% Avance Cumplimiento
1	100%	100%	100%

2	100%	100%	100%
3	100%	100%	100%
4	100%	100%	100%
5	100%	100%	100%
6	100%	100%	100%
7	100%	100%	100%
8	100%	100%	100%
9	100%	100%	100%
10	100%	100%	100%
11	100%	100%	100%
12	100%	100%	100%
13	100%	100%	100%
14	100%	100%	100%
15	100%	100%	100%
16	100%	100%	100%
17	100%	100%	100%
18	100%	100%	100%
19	100%	100%	100%
20	100%	100%	100%
21	100%	100%	100%
22	100%	100%	100%
23	100%	100%	100%
24	100%	100%	100%
TOTALES	100%	100%	100%

C. CONTROL INTERNO

PROCESOS AUDITADOS:

Recaudo- Inventarios: Auditoría especial inventarios 2023, para la posible visita de CGR. La revisión del inventario conciliado de todos los departamentos, ha evidenciado que el manejo de las etiquetas es acorde a lo definido en las políticas internas y que, las diferencias encontradas por pérdida o defectos de rollos están debidamente soportados. Así mismo, se han validado las conciliaciones mensuales de los inventarios 2024, encontrando cifras conciliadas y razonables.. Se evidencia la Efectividad de las acciones implementadas.

Matrices/Procedimientos y Manuales:. El FFP cuenta con 1 matriz implementada por cada proceso para un total de (7) Oportunidades de mejora, se describirán en la tabla Seguimiento Ejecución Plan de Oportunidades de Mejora más adelante.

Contratación:

Al corte de diciembre 31 de 2024, se observa cumplimiento de herramientas de control interno implementadas en las etapas pre y contractual. Se evidencia la Efectividad de las acciones implementadas. Se evidencia la Efectividad de las acciones implementadas.

Pagos e Inversión:

Para la vigencia 2024 se observa cumplimiento de herramientas de control interno implementadas en la supervisión del cumplimiento de los requisitos para cada pago (registro contable, la oportuna contabilización del gasto, su respectiva relación de causalidad, el pago de seguridad social y el Vo.Bo. por parte del supervisor contractual para cada pago). Se evidencia la Efectividad de las acciones implementadas.

CONTROL INTERNO - OPORTUNIDADES DE MEJORA

A 31 diciembre de diciembre de 2024, La Auditoría realizó seguimiento al plan de acción de las (21) Oportunidades de Mejora diseñadas por el Administrador, que fueron originadas a lo largo de las revisiones realizadas por el Equipo Auditor; encontrando que:

Luego de la validación de dicho plan, se encontró una implementación del 54,39% de las acciones y, las demás actividades, se encuentran planeadas. Dos de las acciones sugeridas no serán implementadas al no contar con presupuesto, como se detalla a continuación:

- (1) Acción implementada y cerrada por la auditoría.
- (2) Acciones sin implementar por limitación en el presupuesto del FFP.
- (6) Acciones implementadas Cerradas de verificación Permanente
- (8) Acciones Abiertas en ejecución.
- 4) Acciones a implementar en la vigencia 2025

Oportunidad de Mejora	Procesos	% de Avance	Observación (31.12.2024)
1	Recaudo- Sistemas de información	50%	Abierta, Finaliza Dic/ 2027
2	Recaudo	0%	A Implementar AÑO 2025
3	Recaudo	100%	implementada AÑO 2024 Cerrada
4	Recaudo- Técnica	100%	implementada AÑO 2024 Permanente
5	Recaudo- Auditoria	0%	A Implementar AÑO 2025
6	Recaudo	0%	A Implementar AÑO 2025
7	Recaudo- Contabilidad	100%	implementada AÑO 2024 Permanente
8	Recaudo	100%	implementada AÑO 2024 Permanente
9	Recaudo	100%	implementada AÑO 2024 Permanente
10	Contabilidad-Recaudo- Control Interno	100%	implementada AÑO 2024 Permanente
11	Financiera	100%	implementada AÑO 2024 Permanente
12	Financiera	25%	Abierta Implementada AÑO 2024
13	Presupuesto	N/A	Sin implementar por Presupuesto
14	Dirección Administrativa y de Recaudo	0%	Abierta se reprograma implementación para el I trimestre 2025.
15-18	Control Interno - Directores	8,33%	Abierta, Finaliza Dic/2025
16	Área Técnica	50%	Abierta, Implementada en la formulación del 2025, Finaliza Dic/2025
17	Área Técnica	50%	Abierta, Implementada en la formulación del 2025, Finaliza Dic/2025
19	Recaudo-Área Técnica	0%	A Implementar AÑO 2025
20	Área Técnica- Sistemas de Información	50%	Abierta Finaliza Dic/ 2027
21	Sistemas de Información	N/A	Sin implementar por Presupuesto
% DE AVANCE		54,39%	CUMPLIENDO

P.11 ELECCIÓN O PRÓRROGA FIRMA AUDITORÍA INTERNA FFP

Presentación a cargo del Ing. Carlos Mayorga: Se realizó convocatoria, definiéndose unos puntos de ponderación, Experiencia: Mínimo 5 años como empresa de Auditoria contados a partir del cierre de la presente convocatoria. Cinco (5) certificaciones como mínimo de empresas públicas o privadas legalmente constituidas a las que se le haya prestado el servicio de Auditoría con los siguientes datos: Nombre o razón social del contratante. Nombre o razón social del contratista. Objeto del contrato Fecha de iniciación y terminación del contrato. Valor del contrato. Nombre legible de la persona que expide la certificación y cargo.

Equipo Auditor a disposición del Fondo: Mínimo Tres (3) profesionales especializados en las áreas de Auditoría, así:

Audidores Financieros dos (2): con experiencia específica mínimo de dos (2) años en auditoría interna a entidades del sector agrícola y/o entidades públicas o privadas. Implementación de Sistemas de Control interno, Gestión Tributaria. 2. Audidores técnicos: un (1) profesional en agro, agroindustria y como mínimo dos (2) años en manejo de proyectos agroempresariales. Debe adjuntarse: Hojas de Vida, certificaciones de experiencia diplomas de los Títulos académicos y tarjeta profesional. En caso de que durante la ejecución del contrato se presente algún cambio en los integrantes del equipo debe ser reemplazado por un profesional con iguales o superiores calidades.

Propuesta Económica: Se otorgará 50 puntos al que oferte el menor valor y que cumpla con todos los demás requisitos.

No. De horas semanales de trabajo en las oficinas del Fondo: Mínimo dieciséis (16) horas.

Se presentaron de acuerdo con la convocatoria dos empresas oferentes:

GARSAA CONSULTING
KRESTON COLOMBIA

El resultado de la ponderación es el siguiente:

FONDO NACIONAL DE FOMENTO PANELERO PONDERACIÓN ASPIRANTES AUDITORIA INTERNA CONVOCATORIA 001-2025			
FACTOR	PUNTAJE	GARSAA CONSULTING	KRESTON COLOMBIA
Experiencia: Mínimo 5 años como empresa de Auditoria contados a partir del cierre de la presente convocatoria. Cinco (5) certificaciones como mínimo de empresas públicas o privadas legalmente constituidas a las que se le haya prestado el servicio de Auditoría con los siguientes datos: Nombre o razón social del contratante. Nombre o razón social del contratista. Objeto del contrato Fecha de iniciación y terminación del contrato. Valor del contrato. Nombre legible de la persona que expide la certificación y cargo. Fecha de elaboración de la certificación.	400 puntos.	SI SI SI SI SI SI SI SI	SI SI SI SI SI SI SI SI
		400	400
Equipo Auditor a disposición del Fondo: Mínimo Tres (3) profesionales especializados en las áreas de Auditoría, así: Auditores Financieros dos (2): con experiencia específica mínimo de dos (2) años en auditoría interna a entidades del sector agrícola y/o entidades públicas o privadas. Implementación de Sistemas de Control interno, Gestión Tributaria. 2. Auditores técnicos: un (1) profesional en agro, agroindustria y como mínimo dos (2) años en manejo de proyectos agroempresariales. Debe adjuntarse: Hojas de Vida, certificaciones de experiencia diplomas de los Títulos académicos y tarjeta profesional. En caso de que durante la ejecución del contrato se presente algún cambio en los integrantes del equipo debe ser	400 puntos.	SI SI SI SI SI	SI SI SI SI SI

reemplazado por un profesional con iguales o superiores calidades.			
		400	400
Propuesta Económica: Se otorgará 50 puntos al que oferte el menor valor y que cumpla con todos los demás requisitos.	50 puntos.		SI
		50	50
No. De horas semanales de trabajo en las oficinas del Fondo: Mínimo dieciséis (16) horas.	50 puntos.	SI	SI
		50	50
100 puntos garantía de contratación personal nacional-	100 puntos	SI	SI
		100	100
TOTALES		950	1000

La propuesta de parte de la administración del Fondo de Fomento Panelero, solicita someter a votación la elección de la empresa a la cual se va a contratar, pero el tema se debate al interior de los miembros de Junta Directiva, determinándose finalmente que el punto de "Propuesta Económica: Se otorgará 50 puntos al que oferte el menor valor y que cumpla con todos los demás requisitos" es excluyente y que de acuerdo con la ponderación de la evaluación de la convocatoria, la firma KRESTON COLOMBIA, debe ser la firma que preste los servicios de auditoria interna para el Fondo de Fomento Panelero, para el periodo del 1 de abril de 2025 al 31 de marzo de 2026, quedándose el compromiso de hacer el empalme y exigir a la auditoria ganadora el cumplimiento de los términos incluidos en la convocatoria y que serán objeto de inclusión en el contrato final.

Se somete a votación y KRESTON COLOMBIA sin embargo, la delegada Carolina Aranda, quien hace algunas consideraciones y el delegado Juan Pablo Tovar, conceptúa nuevamente sobre lo excluyente del factor del valor de la propuesta, ratificada por el equipo del Ministerio de Agricultura y desarrollo Rural y avalada por la presidencia de la Junta.

Finalmente se determina que no se debe hacer votación y que por lo excluyente de la puntuación de la convocatoria en lo referente a la propuesta económica se designa a KRESTON COLOMBIA como ganadora de la convocatoria.

Con el presente punto se cierra la jornada del día 31 de marzo de 2025.

CONTINUACIÓN DE LA REUNIÓN DE JUNTA DIRECTIVA No. 129 EL DIA 4 DE ABRIL DE 2025 A LAS 14:00.

Se presenta a consideración de la Junta Directiva del Fondo de Fomento Panelero el orden del día para el 4 de abril de 2025.

ORDEN DEL DÍA.

.1 VERIFICACIÓN DEL QUORUM.

.6 INFORME DE EJECUCIÓN PRESUPUESTAL EJECUTADO A 28.02.2025

.8 PRESENTACIÓN DE ALCANCES TÉCNICOS Y ADICIÓN DE RECURSOS (PROMOCIÓN AL CONSUMO REGISTROS DE MARCA, PROGRAMA DE EXTENSIÓN CONVENIOS CON MUNICIPIOS Y GIRA TÉCNICA COMERCIAL A CHINA Y JAPÓN).

.9 PRESENTACIÓN DEL ACUERDO DE GASTOS E UIVERSION No. 04.

.12 PROPOSICIONES Y VARIOS.

Se pone a consideración el orden del día para la sesión del 4 de abril 2025, a lo cual cada uno de los delegados presentes, de forma unánime, aprueban el orden del día.

.1 VERIFICACION DEL QUORUM.

El secretario de la Junta Directiva procede a la verificación del quorum.

Por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural:

Dra. América Astrid Melo V. Directora de Cadenas Agrícolas y Forestales MADR (conectada).

Dra. Margalida Murillo, Director de Financiamiento y Riesgos Agropecuarios (conectada).

Dra. Silvia Juliana Becerra, Directora de Capacidades Productivas y emprendimiento (conectada).

Dr. Juan Pablo Tovar Asesor Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, ausente por no delegación de asesoría jurídica.

En representación de la Federación Nacional de Productores de Panela:

Dra. Carolina Aranda Delegada Panelera Depto. de Boyacá (conectada).

Dr. Omar Ballesteros Monsalve Delegado Panelero Depto. Santander (conectado).

Con base en la confirmación de conexión se tienen 5 integrantes habiéndose confirmado la conexión del Dra. Margalida Murillo, razón por la cual se aprueba el quorum amplio y suficiente para continuar con la reunión de Junta Directiva.

Se hace la aclaración que el tercer delegado por la Federación nacional de productores de panela se encuentra a la fecha de la presente junta en proceso de elección, por vencimiento de periodo del anterior miembro, Sr. Santiago Fernández, delegado panelero del departamento del Valle del Cauca.

.6 INFORME DE EJECUCIÓN PRESUPUESTAL EJECUTADO A 28.02.2025.

Presentación a cargo del Dr. Juan Manuel Lasso:

A continuación, se presenta, la ejecución presupuestal del año 2025 con corte 28.02.2025.

Fondo Nacional de la Panela
Ejecución Presupuestal de Ingresos Vigencia 2025
Enero a Febrero de 2025

Cuentas	Aprobado 2025	Ejecutado 2025	% EJEC.
INGRESOS OPERACIONALES	6.217.728.822	1.093.901.030	18%
Cuota De Fomento Panela	5.760.000.000	927.172.208	16%
Intereses de Mora	17.000.000	0	0%
Superávit Vigencias Anteriores	440.728.822	166.728.822	38%
INGRESOS NO OPERACIONALES	28.000.000	5.143.901	18%
Rendimientos Financieros	27.000.000	5.143.901	19%
Otros Ingresos	1.000.000		0%
TOTAL PRESUPUESTO 2025	6.245.728.822	1.099.044.931	18%

Fondo Nacional de la Panela
Ejecución Presupuestal de Gastos Vigencia 2025
Enero a Febrero de 2025

Cuentas	Aprobado 2025	Ejecutado 2025	% EJEC.
Gastos de Funcionamiento	1.560.833.000	220.398.793	14%
SERVICIOS PERSONALES	583.934.000	80.642.079	14%
GASTOS GENERALES	976.899.000	139.756.714	14%
Programa de Inversión	3.813.299.576	485.800.605	13%
GASTOS GENERALES	558.309.000	91.183.340	16%
PROGRAMAS Y PROYECTOS	3.254.990.576	394.617.265	12%
Promoción al Consumo	300.000.000	28.782.813	10%
Transferencia y Extensión	1.678.914.576	190.590.691	11%
Acompañamiento Socio Empresarial	190.000.000	22.750.000	12%
Sistemas de Información Panelero	200.000.000	24.840.223	12%
Sistema de Recaudo Cuota de Fomento	122.000.000	12.031.000	10%
Comercialización	175.000.000	22.833.655	13%
Control a la Evasión	589.076.000	92.788.883	16%
Contraprestación Administración FFp.	576.000.000	92.717.221	16%
Contraprestación Administración FFp	576.000.000	92.717.221	16%
SUBTOTAL PRESUPUESTO	295.596.246	0	0%
Reserva para Futuros Gastos	295.596.246	0	0%
TOTAL PRESUPUESTO 2025	6.245.728.822	798.916.619	13%

Se presenta el presupuesto aprobado del año y su ejecución al 28 de febrero de 2025, con ejecución del 18% que corresponde a un recurso de \$1.099.044.931 en ingresos.

En gastos, tenemos una ejecución del 13% final, exponiéndose la ejecución de cada uno de los centros de costo y esta sobre lo previsto.

No se presentaron preguntas o inquietudes sobre el tema expuesto en este ítem.

8 PRESENTACIÓN DE ALCANCES TÉCNICOS Y ADICIÓN DE RECURSOS (PROMOCIÓN AL CONSUMO REGISTROS DE MARCA, PROGRAMA DE EXTENSIÓN CONVENIOS CON MUNICIPIOS Y GIRA TÉCNICA COMERCIAL A CHINA Y JAPÓN).

8.1 Registro de productos de comunicación ante la SIC Superintendencia de Industria y Comercio: Presentación a cargo del Dr. Juan Manuel Lasso, Director Financiero.

Objetivo principal: Formalizar el registro de cinco marcas de promoción al consumo del Fondo del Fomento Panelero ante la autoridad competente en Colombia SIC (Superintendencia de Industria y Comercio) con el fin de proteger la propiedad industrial de Fedepanela – FFP.

Justificación del proyecto: Contar con un registro formal le permitirá a Fedepanela – F.F.P:

1. Tener derechos exclusivos sobre sus marcas, evitando conflictos futuros.
2. Asegurar su valor comercial y fortalecer su posicionamiento en el sector.
3. Brindar respaldo legal a campañas de mercadeo y comunicación

Valor del Registro: \$15.584.000 - Quince Millones Quinientos Ochenta y Cuatro mil pesos

Valores honorarios, tasas y forma de pago:

País	Tasas y Gastos	Honorarios
Colombia x 1 clase	\$1.288.000	\$1.700.000
Clase adicional (para "Panela Lovers" en las clases 30 y 35 o 41)	\$644.000	
Subtotal x 5 Registros (1 registrado en 2 clases)	\$7.084.000	\$8.500.000
Total (tasas, gastos y honorarios)		\$15.584.000

8.2 Aumento de Cobertura Programa de Extensión: Presentación a cargo del Ing. Cristian Marín, Director Técnico.

Objetivo: Ampliar la cobertura en extensión agropecuaria integral en el departamento de Cundinamarca.

Cobertura: Departamento: Cundinamarca Municipios: Útica, La Peña y Nocaima

Población Objetivo: 100 pequeños productores, 4 Asociaciones de productores, 1 Central de mieles.

Presupuesto: Total: \$47'000.000, FFP: \$20'000.000, Otros: \$27'000.000

Alcance: contratación por 8 meses (Útica y La Peña) 6 meses (Nocaima) de dos profesionales y/o técnicos respectivamente con experiencia en la cadena productiva panelera, para la presentación del servicio de Extensión.

8.3 Misión Técnica y Comercial. Presentación a cargo del Ing. Cristian Marín, Director Técnico.

Evento: Tercera edición de la Exposición Internacional de la Cadena de Suministro de China

Lugar y Fecha: Beijing los días del 16 y 20 de julio de 2025

Contacto y visita a fabricas: Del 7 al 11 de julio de 2025

Evento: Expo 2025 Osaka, Kansai, Japón

Lugar y Fecha: Osaka Japón, desde el 25 al 30 de junio.

Participación: 25 al 30 de junio de 2025

Objetivo

Realizar misión técnica comercial de exploración al mercado asiático (China y Japón) para establecer vínculos comerciales que permitan el ingreso de panela colombiana a estos mercados y la exploración de alternativas de maquinaria agrícola para pequeños y medianos agricultores.

Presupuesto \$95'000.000.

Participantes: 3 Personas.

Frente a este proyecto de Misión técnica y comercial, los delegados de la Junta Directiva del Fondo de Fomento Panelero generaron las siguientes consideraciones:

Ing. Carlos Mayorga, pregunta si hay preguntas, auditorio responde no señor.

Dra. América Melo: ¿cómo está conformada la comisión y la selección de los productores que irían. Pensando lo hablado con Dr. Michael que los productores sean los que tengan experiencia en innovación y alguien que pueda decir si se puede o no se puede traer esta tecnología.

El Ing. Carlos Mayorga afirma que: “las personas aquí deben de tener un perfil. Y es el de primero conocer muy bien nuestro subsector en términos técnicos, productivos, comerciales, e incluso organizacionales y sociales, permitir que sea gente que maneje casi toda la cadena y sean expertos en el tema, por ejemplo, Juan Manuel Duran, que es experto en el tema de panela orgánica y vende panela en Francia, pero hay uno elementos que él no tiene frente al tema productivo. Entonces es muy importante que las personas que vayan tengan perfil de manejar toda la cadena y que lo manejen muy bien, que sean expertos, porque el resultado, en estos temas técnicos y comerciales, llevan su tiempo; pero el objetivo final debe dejar muy bien sentadas las bases para que se concreten temas comerciales y temas tecnológicos. Ese sería el perfil de cumplir para quien vaya. Acá ya tuvimos la experiencia hace unos bastantes años donde e dio la posibilidad con recursos de una ONG holandesa, de que algunos productores fueran, y eso es bueno que los productores vayan, pero también identificamos como se quedaron cortos en algunos temas. Yo creo que acá más que por los recursos es por la situación que está viviendo nuestro subsector en cuanto al tema de mano de obra y en cuanto al tema comercial no solamente mirando el tema comercial en el tema exportaciones sino de nuevos productos y mercados que deben tener como este perfil Dra. América”

La Sra. Carolina Aranda, pregunta, ¿pero esto se ha contemplado que pueda ser una convocatoria también para que los paneleros quizás por sus propios recursos puedan hacer un acompañamiento a ustedes o simplemente es el equipo de Fedepanela?

Carlos Mayorga: Sí; puede hacerse una convocatoria, para que productores también acompañen, en esto, pero el objetivo es riguroso en términos de la agenda y de lo que se va a conseguir. Si hay algunos productores interesados en ir también podrían acompañarnos, pero también identificando un perfil Carolina, porque usted conoce nuestro subsector y sabe de la importancia de que estos esfuerzos que se hacen en este momento se concreten en cosas reales y que generen impacto.

Carolina Aranda: así es y se pregunta porque varios productores tienen una necesidad, se tiene que hacer con un efecto inmediato ¿para cuando sería?

Carlos Mayorga: perfilando proveedores que tienen que ser expertos en tema de ingeniería, en el tema técnico, en el tema del cultivo, porque tenemos que aprovechar muy bien esto y un tip que se recibió de la embajada cuando tuvimos la reunión con la asesora quien también está ayudando a organizar la feria en Beijín.

Michel Ruiz: Ingeniero Mayorga: se tiene una preocupación y es la siguiente: se hace un gran esfuerzo económico y el éxito de esta comisión depende de las personas que vayan y estando de acuerdo con la Dra. América cuando habla de alguien cuestione lo que allá se ve, porque es que uno de los temas que tenemos acá, es que quienes están importando maquinaria traen la maquinaria que se vende porque ya se necesitan motobombas guadañas, pero no se están trayendo cosas innovadoras, precisamente porque no conocen el agro y porque no tienen el interés de hacer ese trabajo de campo de contarle al productor que ya existen unas cosas nuevas. Entonces si considero que sí es necesario conocer cómo va a ser ese mecanismo de selección de esas personas y que nos expliquen el porqué de esas personas para que sea fructífero a nivel de cadena panelera, ya que 95 millones una inversión de esas sería algo muy pequeño contra lo que se podría llegar a lograr. En temas comerciales también, vemos ahí como creció la exportación a Estados Unidos casi en 3.000 toneladas de panela, este año comparado con el 2023 es un tema muy importante para lo que está pasando en el mercado nacional y es el decrecimiento del consumo. Entonces sí quiero hacer ese énfasis en la gente que vaya pues haga muy bien la tarea y se aprovechen estos recursos muy bien.

Carlos Mayorga: con esto y sobre todo teniendo en cuenta que esta gira tiene varios elementos; un elemento comercial, un elemento técnico, en término de los procesos productivos que son tanto en trapiche como en cultivo, es decir que estamos hablando de mecanización y de automatización, pero como elemento adicional del desarrollo de tecnología a la luz de la inteligencia artificial. Entonces en este sentido sí, es muy importante que este muy bien definido el perfil de estas personas. ¿Alguna inquietud adicional?

América Melo: entonces la idea para ir pensando en compromisos: que compartan con tiempo la convocatoria, los criterios que van a tener en cuenta para esta selección, no sabemos cuánto tiempo porque imaginamos que también tendrán que revisar si tienen visa dependiendo de por donde sea el viaje. Lo otro que nos parece muy importante es que debe haber un compromiso claro de un informe que diga más allá de lo visitado, con unos indicadores claros de lo que se logró, los contactos que se lograron; con el apoyo de Michael podrían revisar cuales son esos indicadores que realmente nos llevan a pensar si fue exitosa o no la visita frente a contactos y revisión y, lo que venga más allá. Ese informe debería llevar un plan de trabajo de que es lo que sigue hacia adelante. Hicimos contactos, pero para eso se necesita financiación; como toda la hoja de ruta, de lo que significara el después de la visita para que realmente se vean resultados y les podamos compartir en unas siguientes juntas a los productores en general, como esa hoja de ruta significa en puntos de vista como de maquinaria, contactos para importaciones. Por eso hablamos de los indicadores porque son 95 millones de pesos que se tienen que ver reflejados de manera clara en los indicadores que se quieren promover y pues mejoramiento de la competitividad del sector.

Carlos Mayorga; así es Dra., América y cuando se empezó a abrir el mercado por ejemplo, Lucerna, incursionó en el mercado en Europa y llevan casi 27 años, Doña Panela, empezó a hacer ese esfuerzo de trabajo al mercado exterior y van de 20 a 25 años pero se atrevieron a dar el paso y hoy es lo que nos permite decir que se está exportando panela a EEUU y Europa, así sean unas cantidades muy pequeñas las que hay hacia la región asiática; creo que esto es una misión muy importante en términos comerciales en términos de proyección productiva para nuestro subsector que se va a reflejar en un tema social y en un tema político en términos gremiales y subsectoriales.

No sé si haya otra inquietud, otra pregunta frente a este tema.

América Melo, se está revisando adicionalmente que tipo de compromiso podría adquirir el productor que viaja realmente. ¿No? Como lo ven ustedes, ¿que podría hacer allí?

Carlos Mayorga: como se dijo en la junta pasada, tienen que ir expertos en el tema productivo de ingeniería y comercial de nuestro subsector, acá nos podemos ir a los dos extremos, llevar un experto en temas comerciales que no conoce el subsector porque se va a estrellar contra el mundo literalmente, ni podemos llevar una persona que sea muy buen productor pero que no maneje los temas comerciales, porque no va a dar posibilidad de que se logren los impactos que se quieren con la gira. Entonces yo creo que aquí tiene que ir expertos en el tema que manejen el tema técnico, que manejen el tema comercial y que conozcan el subsector porque lo que no se estima, es que vaya un productor y que resulte beneficiándose solamente cómo productor, aquí tenemos que pensar en temas subsectoriales de todo el subsector panelero que beneficie a todos.

América Melo: seguimos dándole al tema anterior. La propuesta nuestra es que efectivamente tienen que ir personas que sepan de tecnología pero adicionalmente les estamos pidiendo que una de las personas no necesariamente cumpla con ese perfil sino que puede enriquecer y pueda ser un poco más crítica hacia si eso se puede o no implementar; la tarea es que ustedes nos definan: estos son los criterios y la forma como vamos a seleccionar a los productores a quienes van a ir, porque cuando hablamos mucho de ingeniería terminamos entonces yendo al productor pues de tipo profesional y realmente queremos que esto al final se escale, es decir se aterrice en el territorio en la situación que se está viviendo, la mano de obra, etc. Entonces, eso es un punto, pero ahora no lo vamos a seleccionar, no lo vamos a definir, pero si queda el compromiso de que una de las personas como mínimo realmente puede tener un perfil diferente a los otros dos y que permita enriquecer la visita.

La otra parte que estamos viendo acá, para tener en cuenta es decir que hace parte de un programa de transferencia y de extensión, entonces por eso es que hablamos del informe, de la hoja de ruta clara de cómo se va a llevar a cabo lo que sea que se logre allí, pero así mismo lo último que estamos poniendo a consideración de ustedes es que haya un compromiso de quienes vayan; cuando lleguen acá puedan compartir eso en algún espacio a otros productores o alguien más, de tal manera que si se cumpla ese objetivo de transferencia, se va a comprometer a que va a transferir. Tendrán que traer unas buenas fotos, unas buenas presentaciones, unos muy buenos folletos, pero la idea es compartir eso y comenzar a buscar estrategias para que eso se pueda escalar, porque si no lo vamos a dejar en el que tiene la plata va y la compró vino hizo el negocio y hasta ahí llegamos. Debe poderse lograr la transferencia de esa tecnología de innovación a través de algunos espacios que ustedes tendrán que estar incluyendo dentro de este presupuesto; debería haber ese compromiso de espacios con otros productores donde se divulgue lo que se vivió durante las visitas.

Carlos Mayorga: si Dra.

Omar Ballesteros: Dra. Lo importante es llevar la necesidad, por ejemplo, para las zonas planas que se pueden tecnificar, pues ya está la maquinaria, ya están los cargadores, ya están las volquetas, ya están los tractores. Llevar la necesidad de ladera, como se transporta como se cosecha la caña de ladera, como se puede aporcar esos pequeños aparatos que no hay en el mercado, llevar es la necesidad, lo que no hay, bueno eso quería decirles.

Dra. América Melo: Si total, estoy de acuerdo, eso también era algo que le planteaba aquí a Michael desde el inicio, realmente esta tecnología, no conozco China Ni Japón, pero realmente no sé si sea una tecnología que se adapte a las condiciones de ladera que se adapte a las condiciones de ladera igual que a todo el tema de agricultura de precisión es eso es ese ojo crítico, sabiendo eso llegar allá y hacer el recorrido digamos lo más costo eficiente realmente de tecnologías que estamos necesitando para el 90% de los productores que están en ladera, porque pues las tecnologías de zona plana son muy cercanas de pronto a lo que pueda ser caña de azúcar, no sé, pero es importante eso, ese es el enfoque son pequeños productores, medianos productores y en unas zonas y en unas condiciones que pueden ser agrestes respecto a otras zonas; podemos seguir quedan como esas notica, muchas gracias Don Oscar, estamos en la misma línea.

Se ponen a consideración, presentándose la votación por cada uno de los 3 proyectos a saber de forma individual por solicitud de la presidencia de la Junta Directiva:

Registro de productos de comunicación ante la SIC Superintendencia de Industria y Comercio:

Se registran los siguientes votos:

Dra. América Astrid Melo V., aprobado.

Dra. Margalida Murillo, aprobado por chat, teniendo en cuenta observaciones y consolidaciones realizadas por la Dirección de cadenas.

Dra. Silvia Juliana Becerra, aprobado por chat.

Dra. Carolina Aranda, aprobado.

Dr. Omar Ballesteros Monsalve, aprobado.

Aumento de Cobertura Programa de Extensión.

Se registran los siguientes votos:

Dra. América Astrid Melo V., aprobado.

Dra. Margalida Murillo, aprobado por chat.

Dra. Silvia Juliana Becerra, aprobado por chat.

Dra. Carolina Aranda, aprobado.

Dr. Omar Ballesteros Monsalve, aprobado.

Misión Técnica y Comercial China Japón:

Se registran los siguientes votos:

Dra. América Astrid Melo V., aprobado con las recomendaciones solicitadas.

Dra. Margalida Murillo, aprobado por chat.

Dra. Silvia Juliana Becerra, aprobado por chat.

Dra. Carolina Aranda, aprobado.

Dr. Omar Ballesteros Monsalve, aprobado.

Se dan por aprobados los 3 puntos del numeral 8, pasando de acuerdo con el orden del día al numeral 9.

9. PRESENTACIÓN Y APROBACIÓN ACUERDOS DE GASTOS E INVERSIÓN NO 04, POR MEDIO DEL CUAL SE MODIFICA EL PRESUPUESTO DE GASTOS DEL FFP PARA LA VIGENCIA FISCAL 2025.

Presentación a cargo del Dr. Juan Manuel Lasso:

Se presentan a continuación los acuerdos de gastos e inversión No. 04, para la vigencia Fiscal 2025:

Acuerdo No. 004 de 2.025, "Acuerdo por medio del cual se modifica el presupuesto de Gastos del Fondo de Fomento Panelero para la vigencia fiscal del año 2025.

Programa Promoción al Consumo \$15.584.000.

Formalizar el registro de cinco marcas de promoción al consumo del fondo de fomento panelero, protegiendo la propiedad industrial en Colombia. Se busca registrar cuatro marcas mixtas y una nominativa (Panela Lovers), asignándoles la clase correspondiente según los servicios que ofrecen. Además, el proceso requiere presentar los diseños en formato PDF, especificar si se reivindican colores (incluyendo la nominación o identificación por Pantone) y, en el caso del personaje Panelito, permitir el uso de diferentes expresiones y poses para el diseño.

Fedepanela – Fondo de Fomento Panelero ha desarrollado cinco marcas con alto potencial de posicionamiento:

- *Panela Lovers
- * Tomémonos un agua de panela con.
- * La vida sabe a panela sports
- * Con Sabor a Panela
- * Panelito

A pesar del valor estratégico de estas marcas, ninguna ha sido registrada ante la SIC, lo que implica un riesgo real de apropiación por terceros, imposibilitando su uso exclusivo y debilitando su protección legal.

El registro de estas marcas es una acción estratégica y preventiva que no solo protege el trabajo ya realizado por el área de comunicaciones y promoción al consumo del Fondo de Fomento Panelero, sino que también sienta las bases para su crecimiento y monetización.

Contar con un registro formal le permitirá al Fondo de Fomento Panelero:

Tener derechos exclusivos sobre sus marcas, evitando conflictos futuros.
Asegurar su valor comercial y fortalecer su posicionamiento en el sector.
Brindar respaldo legal a campañas de mercadeo y comunicación.
No registrar las marcas a tiempo podría generar costos legales innecesarios y poner en riesgo la identidad de Fedepanela en el mercado.

Programa Transferencia y Extensión \$20.000.000.00

En procura de aumentar la cobertura de los servicios que el FFP presta a los productores paneleros del país, FEDEPANELA como administrador permanentemente se encuentra en gestión de recursos que permitan cumplir con ese propósito, en esta oportunidad el municipio de Útica Cundinamarca ha manifestado interés por cofinanciar peso a peso el servicio de extensión agropecuaria para los 80 productores que participan del encadenamiento productivo denominado Central de Mieles de Útica, productores que están ubicados en los municipios de Útica y La Peña respectivamente; por otro lado, la alcaldía municipal de Nocaima también ha manifestado interés por cofinanciar el programa de extensión agropecuaria para ampliar la cobertura en su municipio.

Con base en lo anterior el proyecto consiste en adicionar recursos al programa de Extensión Agropecuaria por valor de veinte millones de pesos para cofinanciar con los municipios el programa en sus territorios.

Los recursos adicionados al programa se sumaran a los aportes realizados por la alcaldías, para ser ejecutados en zonas paneleras representativas de sus territorios, Útica, La Peña y Nocaima son municipios con amplio número de productores de panela, con procesos asociativos solidos representados en ASPRUT y ASOPROPANOC, esta región presenta deficientes rendimientos de caña por hectárea lo cual está asociado al envejecimiento de sus cepas, la baja densidad de siembra y la ausencia parcial o total de fertilización, además la región presenta altos índices de infestación e incidencia de Diatrea, en cuanto a los procesos de producción los trapiches de la zona en su mayoría son pequeño de baja producción con alta participación de mano de obra familiar. La región requiere más y mejor cobertura en servicios de extensión agropecuaria especializados en esta cadena productiva.

Programa Transferencia y Extensión \$95.000.000.

El proyecto busca la exploración del mercado asiático para la panela colombiana, teniendo en cuenta el manejo de las relaciones exteriores y comerciales del nuevo gobierno de los EEUU, nuestro principal socio comercial, además busca contribuir a la modernización de la actividad panelera mediante la identificación de fabricantes y proveedores de maquinaria agrícola de bajo costo para actividades que hoy demandan una alta cantidad de mano de obra la cual cada vez es más escasa en las zonas paneleras, lo cual ha aumentado significativamente los costos de producción de panela; actividades como corte, alce, transporte y descargue de caña hacen parte de las actividades más impactadas por la escasez de mano de obra, por tanto, el proyecto se enfoca en financiar una misión técnica comercial con personal experto en el subsector panelero para visitar ferias y eventos que reúnen a los principales fabricantes y proveedores de maquinaria agrícola para pequeños y medianos productores, esta misión deberá identificar fabricantes que estén dispuestos a desarrollar herramientas específicas para las actividades paneleras, y la adaptación de las herramientas que hoy existen como cargueros, discos de corte y otros accesorios para guadañas, mini cargadores, puente grúas etc.

La cadena panelera en Colombia se caracteriza por estar conformada en un 90% de pequeños productores de economía campesina familiar étnica y comunitaria, esta cadena productiva presenta una alta demanda de mano de obra para su desarrollo, con una participación cercana al 60% en los costos de producción, la mano de obra cada vez más escasa por el esfuerzo físico requerido para adelantarlas, la informalidad laboral y la falta de mecanización y automatización, se convierte en un activo que cobra valores por encima de los precios del mercado comparado con otras cadenas

productivas lo cual ha venido causando un decrecimiento importante en áreas de caña de azúcar para la producción de panela en el país.

La producción panelera se está viendo afectada por la poca disponibilidad de mano de obra lo cual está asociado a diferentes factores socio económicos que afectan la ruralidad en el país, entre ellos la paquidémica modernización en aspectos como la mecanización y automatización del campo colombiano, la informalidad laboral y los altos costos de producción generados por altos costos de los insumos, esta sumatoria de factores para una actividad que depende en un 60% de la mano de obra repercute en un desestimulo para su continuidad, poniendo en riesgo la soberanía alimentaria y los ingresos de más de 300 mil familias rurales del país, el subsector requiere con urgencia de innovaciones tecnológicas asequibles que permitan una efectiva mecanización y automatización en actividades como el corte, cargue, transporte y descargue de cañas, esta falta de tecnificación en sus cultivos, los altos costos de producción, la falta de mano de obra en las ruralidad colombiana y su volatilidad en el precio no permiten que los productores puedan continuar en el mercado, por ende, van disminuyendo el área del cultivo de caña de azúcar para panela.

Causas: La falta de actualización tecnológica en todas las etapas presentes en la elaboración de la panela, desde un manejo agronómico hasta un proceso de empaque y etiquetado; Se cuentan con maquinarias antiguas ocasionando más gastos energéticos y poca eficiencia de producción, llegando así a elevar los costos de producción.

Efectos: Altos costos de producción, bajos ingresos para las familias paneleras, baja innovación con productos derivados y de valor agregado.

Partiendo de la importancia que tiene la producción panelera en Colombia, reconocido su impacto socio económico en gran parte de la geografía nacional y en evidencia la amplia participación de pequeños y medianos productores de economía campesina familiar étnica y comunitaria, y de conformidad con la misión principal del fondo de fomento panelero de FOMENTAR la producción de panela en el país, es necesario tomar acciones inmediatas para afrontar la creciente crisis de mano de obra en la ruralidad con alternativas que permitan la introducción de herramientas para la mecanización y automatización de la actividad a bajo costo para los productores y que además cumplan con los elementos necesarios para ser financiados por parte de entidades como FINAGRO y Banco Agrario.

Los diferentes memorandos de entendimiento entre los gobiernos de China y Colombia en los cuales encontramos acuerdos importantes en materia de modernización de la agricultura con introducción de tecnología y facilidades de intercambio comercial se convierten en una gran oportunidad para afrontar la crisis actual del subsector.

Que en virtud de lo establecido en la resolución 0532 de 2023 se adjunta el formato 14 que hace parte integral del presente acuerdo.

Que Fedepanela como Administrador del Fondo Nacional de la Panela solicita la modificación de los siguientes rubros de presupuesto del Fondo Nacional de la Panela de acuerdo con el siguiente detalle:

ACUERDA:

ARTÍCULO PRIMERO: Aprobar la adición del programa Promoción al Consumo para la vigencia 2025 por valor de **\$15.584.000.00** QUINCE MILLONES QUINIENTOS OCHENTA Y CUATRO MIL PESOS MCTE.

ARTÍCULO SEGUNDO: Aprobar la adición del programa Transferencia y Extensión para la vigencia 2025 por valor de **\$115.000.000.00** CIENTO QUINCE MILLONES DE PESOS MCTE.

ARTÍCULO TERCERO: Disminuir el presupuesto de gastos de Funcionamiento e Inversión, Rubro Reservas para Futuros Gastos la suma de \$130.584.000.00 CIENTO TREINTA MILLONES QUINIENTOS OCHENTA Y CUATRO MIL PESOS MCTE.

ARTICULO CUARTO: Para constancia se firma en la ciudad de Bogotá a los 28 días de marzo de 2025.

Se pone a consideración, presentándose la votación de aprobación del presente Acuerdo No. 04 de 2025, presentando los siguientes votos:

Dra. América Astrid Melo V., aprobado.
Dra. Margalida Murillo, aprobado por chat.
Dra. Silvia Juliana Becerra, aprobado por chat.
Dra. Carolina Aranda, aprobado.
Dr. Omar Ballesteros Monsalve, aprobado.

De acuerdo con la votación presentada, se aprueba el Acuerdo No. 04 de 2025, finalizando el punto 9, y se seguiría con el punto 12.

10. PROPOSICIONES Y VARIOS.

El delegado por de los productores por el departamento de Santander Sr. Omar Ballestero, consulta al Ing. Michael Ruiz, sobre el estado de las investigaciones sobre las denuncias de derrite de panela en la zona de la Hoya del Rio Suarez departamentos de Boyacá y Santander:

Responde el Ing. Ruiz: del 25 al 28 de marzo, se realizaron los operativos con base en denuncias anónimas de municipio, vereda y trapiche, de las supuestas prácticas de derrite de azúcar, se acompañaron 2 visitas e INVIMA atendió con 5 equipos los trapiches denunciados. Se recogieron muestras de dos trapiches, pero no encontró derrite en los operativos, y esperando resultados de sacarosa de las muestras. La recepción de los productores fue hostil, se divulgó que las denuncias deben ser específicas y se van a seguir haciendo operativos para llegar en el momento de operación de fabricación como estrategia de investigación y verificación de las denuncias.

De igual manera, se está preparando un informe y se presentará para la próxima reunión de Junta Directiva del Fondo de Fomento Panelero, con resultados de operativos en departamento de Nariño, con decomisan por temas de embalaje en coordinación con el INVIMA, recibido por la comisión de vigilancia de calidad de la panela. La invitación es seguir denunciando con elementos contundentes como fotos y fechas.

Se informó de revisión de documentos de aspirantes a miembro de Junta Directiva del Fondo de Fomento Panelero y se sigue con el protocolo establecido para la elección.

No se presentaron propuestas adicionales.

Se da por finalizada la reunión el día 4 de abril de 2025 en su segunda sesión.

AMÉRICA ASTRID MELO
Presidente

CARLOS F. MAYORGA
Secretario