



Informe de Inteligencia de Mercados Panela Colombiana 2026 II

Análisis de exportaciones primer semestre 2026

Fedepanela – Fondo de Fomento Panelero

Programa – Apoyo a la Gestión Comercial

Bogotá D.C., septiembre de 2026



1. INTRODUCCIÓN

El sector panelero colombiano se mantiene como una actividad agroindustrial estratégica para el desarrollo económico y social de las zonas rurales del país. Esta cadena productiva vincula a más de 350.000 familias, generando oportunidades de empleo e ingresos y aportando a la seguridad alimentaria, la conservación de prácticas productivas tradicionales y el fortalecimiento de las economías regionales.

Durante el primer semestre de 2026, el sector agropecuario colombiano enfrentó un escenario marcado por la volatilidad de los mercados internacionales, la reducción del precio de la panela y una menor tasa de cambio, condiciones que representan retos importantes para la rentabilidad de la actividad exportadora. Ante este contexto, la diversificación de destinos se consolida como una oportunidad estratégica, destacándose la apertura de un nuevo mercado en Túnez, hecho que marca la llegada de la panela colombiana al continente africano por primera vez.

A su vez, los mercados internacionales, especialmente Europa, demandan productos con mayor diferenciación, estandarización, trazabilidad y atributos de sostenibilidad. Para la panela colombiana, esto supone avanzar hacia propuestas de valor diferenciadas por mercado, resaltando el origen y las características organolépticas propias de las distintas zonas productoras como elementos de posicionamiento y competitividad internacional.

Con base en estos resultados, se identifican oportunidades para fortalecer el crecimiento y la generación de valor del sector, mediante la diversificación de mercados de destino, el desarrollo de productos con mayor valor agregado y la incorporación de procesos de innovación. Estas acciones permitirán consolidar una estrategia de internacionalización sostenible, orientada a ampliar las oportunidades comerciales para los productores paneleros y contribuir al desarrollo económico de las regiones rurales del país.

Resumen Ejecutivo

Puntos relevantes

Durante el primer semestre de 2026, las exportaciones colombianas de panela registraron un total de 7.769 toneladas, con un valor FOB de USD \$14.930.245. Frente al mismo periodo de 2025, cuando se exportaron aproximadamente 7.990 toneladas por un valor cercano a USD \$14,0 millones, se presentó una reducción del 5,8% en el volumen comercializado, acompañada de un incremento del 12,8% en el valor FOB.

El comportamiento diferenciado entre volumen y valor evidencia un aumento en el valor promedio de exportación del producto, lo que refleja una mayor valorización de la panela colombiana en los mercados internacionales. Este resultado adquiere especial relevancia en un contexto caracterizado por la volatilidad de los precios internacionales y un menor nivel de la tasa de cambio.



En términos de mercados de destino, Estados Unidos y España mantuvieron su posición como principales compradores de panela colombiana, concentrando conjuntamente una proporción significativa del valor exportado. Por regiones, América del Norte representó el 54% del total, seguida por Europa con el 41%, mientras que Suramérica y el Caribe participaron con el 3%. El 3% restante correspondió a Asia, África y Oceanía, destacándose en este último grupo la apertura del mercado de Túnez como nuevo destino para la panela colombiana.

Los resultados del periodo reflejan la capacidad de la panela colombiana para posicionarse internacionalmente como un endulzante natural asociado a tendencias de consumo como la alimentación saludable, la sostenibilidad y la preferencia por productos de origen. Al mismo tiempo, el comportamiento del mercado evidencia la importancia de continuar fortaleciendo la competitividad del sector, mediante la diversificación de destinos, la diferenciación del producto y el desarrollo de estrategias que permitan responder a escenarios de mayor volatilidad de precios y condiciones cambiarias.

Retos y oportunidades del sector

El primer semestre de 2026 estuvo marcado por la volatilidad de los precios internacionales de la panela y por una menor tasa de cambio, factores que representaron un reto directo para la rentabilidad de la actividad exportadora. A esto se suman los costos logísticos, las exigencias regulatorias internacionales y la necesidad de ampliar la base exportadora para reducir la concentración empresarial y comercial.

Asimismo, la disminución en los volúmenes exportados evidencia la importancia de fortalecer la competitividad productiva y comercial, garantizando la capacidad de atender una demanda internacional cada vez más exigente en materia de diferenciación, estandarización, trazabilidad y sostenibilidad, particularmente en el mercado europeo.

Por otra parte, la apertura del mercado tunecino representa una oportunidad concreta de diversificación geográfica hacia el continente africano, mientras que el crecimiento de los mercados interesados en productos naturales, orgánicos y sostenibles sigue representando una oportunidad para posicionar la panela colombiana en segmentos premium. El desarrollo de productos con valor agregado, como la panela saborizada y la miel de caña, puede contribuir a diversificar la oferta exportable y mejorar los ingresos del sector.



2. COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES



Consolidación de mercado

Al finalizar el primer semestre de 2026, la panela colombiana registró exportaciones por un valor FOB de USD \$14,9 millones, evidenciando la continuidad de su posicionamiento en los mercados internacionales y su relevancia dentro de la oferta agroindustrial del país. Este comportamiento se presentó en un escenario internacional marcado por la fluctuación de los precios y un menor nivel de la tasa de cambio, condiciones que generaron presiones sobre la competitividad y los márgenes de la actividad exportadora.

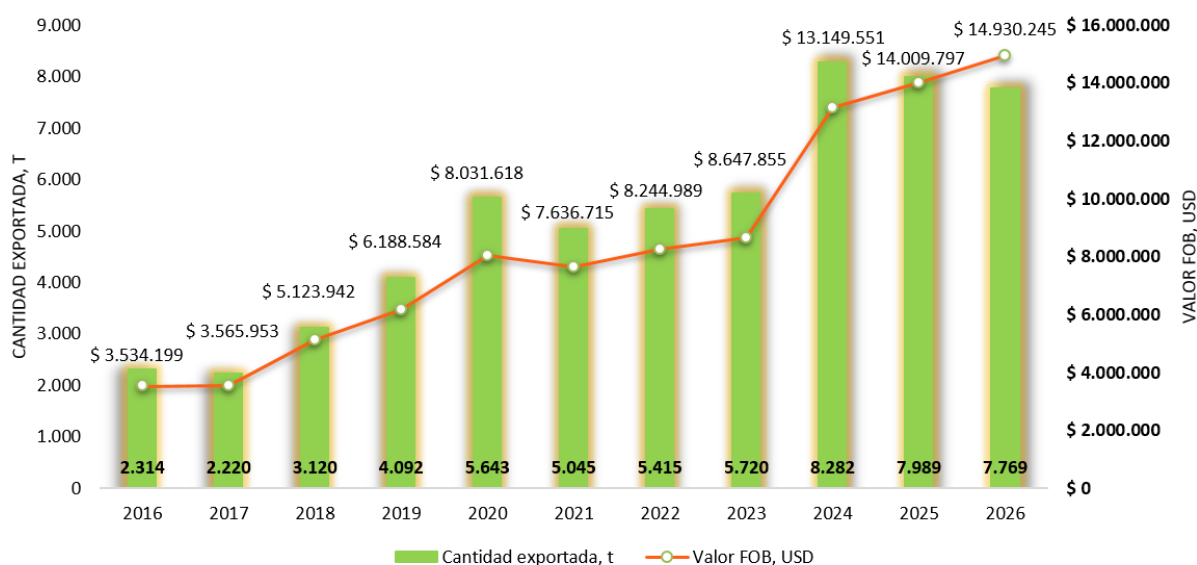


Ilustración 1 Exportaciones durante la última década

El comportamiento histórico de la última década muestra una tendencia sostenida de crecimiento tanto en volumen como en valor FOB, con un punto máximo en 2025 (16.366 toneladas por USD \$28.972.594). Para 2026, con corte a junio, se han exportado 7.769 toneladas por USD \$14.930.245, cifra que, proyectada al cierre del año, se enmarca en la tendencia de consolidación observada desde 2016 (3.980 toneladas por USD 6.096.803).

Estados Unidos y España se mantuvieron como los mercados de mayor relevancia para las exportaciones de panela colombiana, reflejando una demanda consolidada y un posicionamiento favorable del producto en ambos destinos. La aceptación de la panela como un endulzante natural, tradicional y con atributos diferenciadores ha contribuido a fortalecer estos mercados, generando condiciones para la continuidad de las operaciones comerciales y la construcción de vínculos sostenibles con compradores internacionales.



De manera complementaria, la evolución de los mercados internacionales sigue generando oportunidades para ampliar la presencia de la panela colombiana en nuevos segmentos de consumo, especialmente aquellos orientados hacia productos saludables, orgánicos y con atributos de sostenibilidad, como lo confirma la reciente apertura del mercado africano a través de Túnez.

Volumen y valor FOB de las exportaciones

En los primeros seis meses de 2026, las ventas externas de panela colombiana registraron 7.769 toneladas, equivalentes a un valor FOB de USD 14.930.245. Frente al desempeño alcanzado durante el mismo periodo de 2025, con 7.990 toneladas exportadas y un valor cercano a USD 14,0 millones, se evidenció una disminución del 5,8% en las cantidades comercializadas, mientras que el valor de las operaciones presentó un crecimiento del 12,8%.

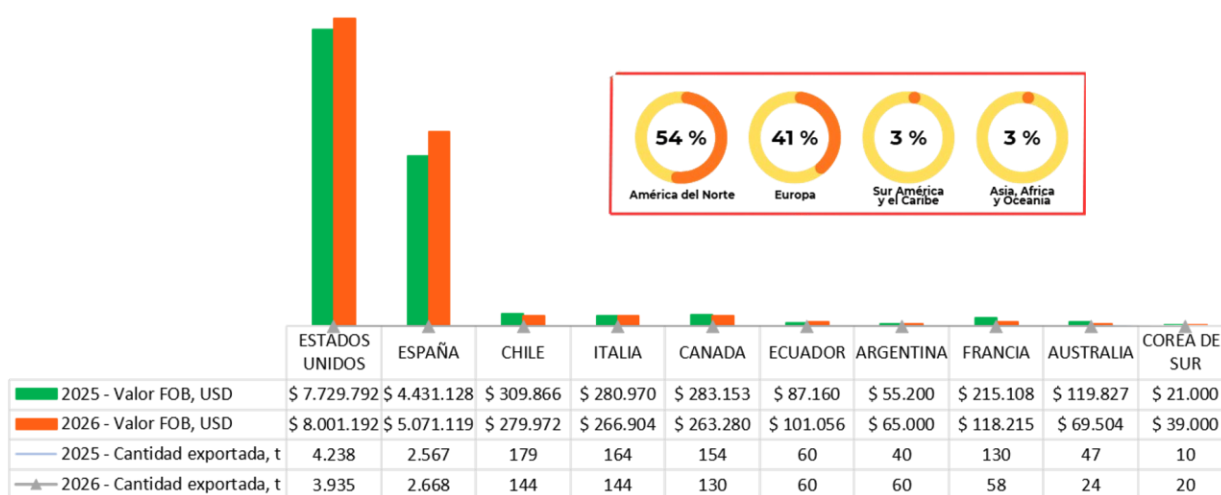


Ilustración 2 Valor FOB y volumen de las exportaciones

En términos de distribución geográfica, América del Norte se mantuvo como la principal región de destino de la panela colombiana durante el primer semestre de 2026, concentrando el 54% de las exportaciones. Europa representó el 41% de los envíos, reafirmando su importancia como mercado para productos naturales y diferenciados. Por su parte, Suramérica y el Caribe participaron con el 3%, mientras que Asia, África y Oceanía representaron conjuntamente otro 3%, destacándose en este último grupo la apertura del mercado tunecino. Esta composición refleja una importante concentración de la oferta exportable en mercados con alto potencial de consumo para alimentos asociados con atributos de naturalidad, sostenibilidad y valor agregado.



Al analizar los destinos de manera individual, Estados Unidos se mantuvo como el principal mercado, con exportaciones por USD \$8.001.192 correspondientes a 3.935 t, frente a USD \$7.729.792 y 4.238 t registradas durante el mismo periodo de 2025. España ocupó el segundo lugar, alcanzando USD \$5.071.119 y 2.668 t en 2026, frente a USD \$4.431.128 y 2.567 t en 2025. Otros destinos relevantes incluyeron Chile (USD 279.972; 144 t), Italia (USD 266.904; 144 t), Canadá (USD 263.280; 130 t), Ecuador (USD 101.056; 60 t), Argentina (USD 65.000; 60 t), Francia (USD 118.215; 58 t), Australia (USD 69.504; 24t) y Corea del Sur (USD 39.000; 20 t).

Comportamiento Trimestral de las Exportaciones

Durante el primer semestre de 2026, las exportaciones de panela colombiana presentaron una evolución diferenciada entre los dos primeros trimestres del año. En el primer trimestre se registraron envíos por 3.550 toneladas, equivalentes a USD 7,1 millones, frente a las 3.886 toneladas y USD 6,9 millones alcanzados en el mismo periodo de 2025. Este comportamiento representó una disminución del 8,6% en volumen, acompañada de un crecimiento del 2,9% en el valor exportado.

Para el segundo trimestre de 2026, se observó una recuperación tanto en volumen como en valor, con exportaciones de 4.219 toneladas por USD 7,8 millones. En comparación con las 4.104 toneladas y USD 7,1 millones registradas durante el segundo trimestre de 2025, el periodo presentó un incremento del 2,8% en volumen y del 9,9% en valor. En conjunto, estos resultados muestran una dinámica favorable durante el segundo trimestre, especialmente en términos de generación de valor, contribuyendo al desempeño positivo de las exportaciones acumuladas en el semestre.

Trimestre	Volumen 2025 (t)	Volumen 2026 (t)	Valor 2025 (USD millones)	Valor 2026 (USD millones)	Variación Volumen (%)	Variación Valor (%)
I Trimestre	3.886	3.550	6,9	7,1	-8,6%	2,9%
II Trimestre	4.104	4.219	7,1	7,8	2,8%	9,9%
III Trimestre						
IV Trimestre						
Total	7.990	7.769	14,0	14,9	-5,8%	12,8%

Tabla 1 Comparativo primer semestre 2025-2026



La evolución diferenciada entre las cantidades exportadas y el valor generado refleja una mejora en el desempeño comercial del sector durante el segundo trimestre, permitiendo contrarrestar parcialmente la reducción registrada al inicio del año. Este resultado puede relacionarse con una mayor valoración de la panela en determinados segmentos internacionales, donde atributos como su origen natural, los métodos tradicionales de producción, la calidad y sus características diferenciadoras adquieren una relevancia creciente dentro de las decisiones de compra de los consumidores.



Ilustración 3 Exportaciones Tunez

Túnez representa uno de los resultados más destacados del primer semestre de 2026, al constituirse en un nuevo destino para la panela colombiana. Por primera vez se registraron exportaciones hacia este país y hacia el continente africano, con 20 toneladas por un valor de USD \$31.000, abriendo una nueva oportunidad de mercado para el sector y confirmando el avance de la estrategia de diversificación geográfica.

Desempeño y Evolución de los Mercados Internacionales 2025-2026

Durante el primer semestre de 2026, las exportaciones de panela colombiana mantuvieron una participación significativa en mercados internacionales con alta demanda por productos naturales, sostenibles y diferenciados. Esta dinámica ha favorecido el posicionamiento de la panela como un producto con atributos competitivos frente a otras alternativas de endulzantes, especialmente en segmentos asociados al consumo saludable y a la preferencia por productos de origen. Paralelamente, la incursión en nuevos destinos, particularmente en el continente africano, representa una oportunidad para ampliar el alcance internacional de la oferta nacional.



La composición de los mercados de destino también pone de manifiesto la necesidad de avanzar en una estrategia de mayor diversificación comercial. Si bien la presencia consolidada en mercados como Estados Unidos y Europa constituye una fortaleza para el sector, ampliar la participación en nuevos países permitiría disminuir la concentración de las exportaciones y generar mayores alternativas de crecimiento. En este sentido, la apertura del mercado de Túnez constituye un avance relevante y un punto de partida para explorar nuevas oportunidades comerciales en África y otras regiones con potencial, contribuyendo a una estructura exportadora más equilibrada y sostenible en el largo plazo.

3. FLUCTUACIÓN DE PRECIOS



Ilustración 4 Precios promedio de entrada

Durante el primer semestre de 2026, los precios promedio de la panela colombiana presentaron variaciones significativas según el mercado de destino, evidenciando diferentes niveles de valoración del producto. Estados Unidos registró un promedio de USD 2,04/kg, con valores entre USD 1,56 y USD 2,69 por kilogramo, mientras que España alcanzó USD 1,94/kg, con un rango entre USD 1,50 y USD 2,59. Ambos mercados mantuvieron su importancia como principales destinos en términos de volumen.

En contraste, Australia y Francia presentaron los mayores precios promedio entre los principales mercados analizados, con USD 2,98/kg y USD 2,29/kg, respectivamente. En Australia, los precios oscilaron entre USD 2,62 y USD 3,51/kg, mientras que en Francia se ubicaron entre USD 1,55 y USD 3,03/kg. Estos resultados permiten identificar oportunidades para profundizar la comercialización de presentaciones y productos con atributos diferenciadores y mayor generación de valor. Otros mercados registraron promedios de USD 2,06/kg en Canadá, USD 2,01/kg en Chile, USD 1,95/kg en Corea del Sur y USD 1,77/kg en Italia. Ecuador presentó el menor precio promedio dentro de este grupo, con USD 1,65/kg.



La dispersión de precios entre destinos evidencia la existencia de diferentes perfiles de mercado para la panela colombiana. Mientras Estados Unidos y España combinan una demanda consolidada con importantes volúmenes de compra, mercados como Australia y Francia muestran una mayor disposición a reconocer atributos asociados con la calidad, el origen, la diferenciación y la sostenibilidad. Esta situación representa una oportunidad para orientar parte de la estrategia exportadora hacia segmentos especializados y de mayor valor, complementando los mercados tradicionales de volumen y contribuyendo a mejorar la generación de ingresos del sector frente a escenarios de volatilidad en los precios internacionales.

4. PARTICIPACION POR DEPARTAMENTO

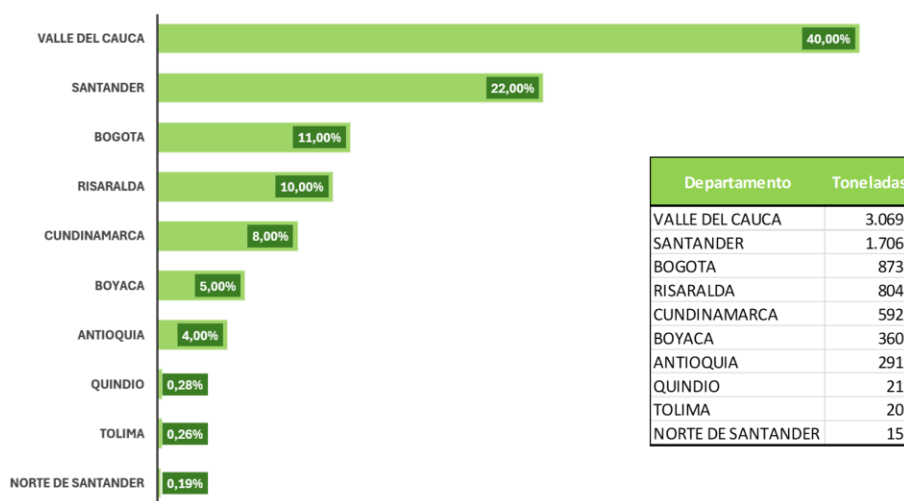


Ilustración 5 Participación por departamento

Durante el primer semestre de 2026, la distribución departamental de las exportaciones de panela mantuvo una marcada concentración en los principales territorios vinculados a la actividad exportadora. Valle del Cauca se posicionó como el principal departamento de origen, con una participación del 40% equivalente a 3.069 toneladas, seguido por Santander, que aportó el 22% con 1.706 toneladas. En conjunto, ambos territorios concentraron el 62% del volumen nacional exportado, reafirmando su relevancia dentro de la estructura comercial del sector panelero.

Bogotá ocupó la tercera posición, con el 11% de participación y un volumen de 873 toneladas. Este comportamiento responde, en buena medida, a su función como centro de articulación logística, comercial y de consolidación de operaciones destinadas al mercado internacional. Le siguieron Risaralda, con 10% y 804 toneladas, y Cundinamarca, con 8% y 592 toneladas.



Otros departamentos registraron participaciones menores, aunque con presencia dentro de la oferta exportable nacional. Boyacá representó el 5%, con 360 toneladas, mientras Antioquia alcanzó el 4%, correspondiente a 291 toneladas. Por su parte, Quindío aportó el 0,28% (21 toneladas), Tolima el 0,26% (20 toneladas) y Norte de Santander el 0,19% (15 toneladas).

En términos generales, la estructura departamental refleja que la actividad exportadora continúa sustentándose principalmente en territorios que cuentan con mayores capacidades productivas, comerciales y de articulación logística. No obstante, la participación de departamentos con menores volúmenes evidencia un potencial de crecimiento para ampliar la base territorial exportadora, fortalecer las capacidades regionales y generar una mayor integración de los productores y empresas paneleras a los mercados internacionales.

5. ESTRATEGIA Y RUTA DE INTERNACIONALIZACIÓN

Consolidación de mercados estratégicos

Los resultados obtenidos durante el primer semestre de 2026 evidencian la necesidad de continuar consolidando la presencia de la panela colombiana en mercados estratégicos como Estados Unidos y España, que mantienen una participación predominante dentro de las exportaciones nacionales. La permanencia y crecimiento en estos destinos dependerán de la capacidad del sector para asegurar estándares consistentes de calidad, garantizar una oferta estable y fortalecer los vínculos con importadores, distribuidores y demás actores de la cadena comercial. Estas condiciones adquieren especial relevancia ante un escenario de fluctuación de precios y menor tasa de cambio, que demanda una gestión exportadora orientada a mejorar la eficiencia, la competitividad y la generación de valor.

Diversificación de mercados internacionales

Aunque los mercados tradicionales continúan representando el principal soporte de las exportaciones de panela colombiana, la apertura de Túnez durante el primer semestre de 2026 constituye un avance significativo en el proceso de diversificación geográfica de la oferta nacional y demuestra el potencial de incursión en nuevos mercados. De manera complementaria, el comportamiento de destinos como Australia, Francia y Corea del Sur permite identificar oportunidades en segmentos especializados donde existe una mayor valoración de atributos relacionados con la calidad, el origen y la diferenciación del producto.



En este contexto, la estrategia de internacionalización del sector debe avanzar hacia una mayor diversificación de destinos, combinando la consolidación de los mercados actuales con la exploración sistemática de nuevos nichos y regiones con potencial comercial. Reducir progresivamente la concentración de las exportaciones permitirá disminuir la exposición a cambios en las condiciones de determinados mercados y fortalecer la capacidad de respuesta del sector ante variaciones en precios, demanda, tipos de cambio y demás factores que inciden en el comercio internacional.

Generación de valor agregado

El comportamiento de los precios durante el primer semestre de 2026 evidencia el potencial de fortalecer la generación de valor mediante una oferta exportable más diferenciada. En un escenario de fluctuación de precios y presión sobre los márgenes comerciales, el desarrollo de nuevas presentaciones y derivados constituye una alternativa para mejorar la competitividad y atender segmentos con mayores niveles de valoración. Productos como la panela pulverizada y saborizada, las líneas con certificación orgánica y derivados como la miel de caña permiten ampliar las posibilidades de comercialización y responder a tendencias asociadas con el consumo saludable, la sostenibilidad, la innovación y la trazabilidad.

El impulso de estas alternativas puede contribuir a diversificar la oferta colombiana, reducir la dependencia de la comercialización de panela convencional y generar mayores oportunidades de posicionamiento en mercados especializados. De esta manera, la innovación y la transformación del producto se consolidan como herramientas para incrementar el valor capturado por la cadena y fortalecer la competitividad del sector panelero en los mercados internacionales.

Promoción internacional y articulación institucional

La participación en ferias especializadas y espacios de promoción comercial constituye una herramienta estratégica para fortalecer el posicionamiento internacional de la panela colombiana, consolidar relaciones comerciales en mercados existentes y generar oportunidades de acceso a nuevos destinos. Estas actividades permiten incrementar la visibilidad de la oferta nacional, establecer contacto directo con potenciales compradores, identificar tendencias y oportunidades de negocio, y fortalecer la presencia del producto en escenarios internacionales.

En este marco, durante el próximo semestre se tiene contemplada la participación en eventos de relevancia internacional como Expo Colombia 100% Miami, Americas Food & Beverage Show en Miami y Artigiano in Fiera en Italia. La presencia en estos espacios estará orientada al fortalecimiento de los mercados actualmente consolidados, la generación de nuevos contactos comerciales y la exploración de oportunidades en segmentos y destinos con potencial de crecimiento, contribuyendo así a la estrategia de internacionalización, diversificación y expansión de la panela y sus derivados.



Fortalecimiento de capacidades exportadoras

El crecimiento sostenible de las exportaciones requiere continuar fortaleciendo las capacidades técnicas, comerciales y operativas de productores, asociaciones y empresas vinculadas a la cadena panelera. En este sentido, durante el periodo se realizaron asesorías en procesos de internacionalización, dirigidas tanto a empresas que buscan incursionar por primera vez en los mercados internacionales como a aquellas que ya cuentan con experiencia exportadora y requieren acompañamiento para fortalecer o mejorar sus procesos. Estas acciones buscan brindar orientación especializada, facilitar la identificación de oportunidades comerciales y contribuir a la preparación de las empresas para afrontar los requerimientos y condiciones propios del comercio exterior, incentivando de esta manera la incorporación de nuevos actores a la actividad exportadora y el fortalecimiento de quienes ya participan en ella.

Dentro de los aspectos prioritarios se encuentran el cumplimiento de requisitos sanitarios y de acceso a mercados, la implementación de sistemas de trazabilidad, el fortalecimiento de las estrategias comerciales, la adecuación de la oferta exportable y el acceso oportuno a información de mercados. El desarrollo de estas capacidades resulta fundamental para mejorar la competitividad de las empresas y consolidar una oferta panelera con mayores posibilidades de inserción y permanencia en los mercados internacionales.

De igual manera, la articulación entre las entidades públicas, las organizaciones gremiales, las empresas y los demás actores de la cadena productiva continúa siendo un elemento clave para generar condiciones favorables para la internacionalización. El acompañamiento técnico y comercial, sumado a la generación de espacios de promoción y conexión con potenciales compradores, permite avanzar hacia una base exportadora más amplia, preparada y competitiva, contribuyendo al crecimiento y diversificación de las exportaciones de panela colombiana.

Aprovechamiento de acuerdos comerciales y contingentes

Los acuerdos comerciales vigentes y los contingentes de exportación constituyen herramientas relevantes para ampliar el acceso de la panela colombiana a los mercados internacionales y fortalecer su competitividad. Con corte al 6 de agosto de 2026, el contingente OMC contó con una asignación inicial de 1.222,166 toneladas para cada grupo. En el caso de los exportadores, se habían asignado 1.215,785 toneladas, correspondientes a 1.045,887 toneladas de usuarios históricos y 111,304 toneladas de nuevos usuarios, con un saldo disponible de 64,974 toneladas. Por su parte, el grupo de productores había asignado 1.174,821 toneladas, de las cuales 1.097,609 toneladas correspondían a usuarios históricos y 61,546 toneladas a nuevos usuarios, manteniendo un saldo disponible de 63,011 toneladas.



OMC						
USUARIO	Cantidad Inicial (Factor de polarización aplicado)	Asignado	Cantidad Inicial	Asignado	Cantidad Disponible	Total Disponible
EXPORTADORES	1222,166	Históricos	1099,95	1045,887	50,0620	64,974
		Nuevos	122,217	111,304	10,912	
		Total Asignado:		1215,785		
PRODUCTORES	1222,166	Históricos	1099,95	1097,609	2,340	63,011
		Nuevos	122,217	61,546	60,671	
		Total Asignado:		1174,821		

TLC			
CANTIDAD INICIAL	USUARIO	UTILIZADO	TOTAL DISPONIBLE
3025	Históricos	2973,633	14,420
	Nuevos	36,946	
TOTAL UTILIZADO		3010,579	

Ilustración 6 Contingentes OMC & TLC

En cuanto al contingente TLC, de las 3.025 toneladas inicialmente disponibles, se habían utilizado 3.010,579 toneladas, distribuidas entre 2.973,633 toneladas asignadas a usuarios históricos y 36,946 toneladas a nuevos usuarios, quedando un saldo de 14,420 toneladas. El alto nivel de utilización de estos contingentes evidencia el aprovechamiento de los mecanismos de acceso preferencial y, al mismo tiempo, la importancia de continuar promoviendo su utilización por parte de empresas y productores. Estos instrumentos representan una oportunidad para mejorar las condiciones de acceso a mercados, fortalecer la competitividad de la oferta panelera y facilitar la incorporación de nuevos actores a los procesos de internacionalización.

6. OTRAS EXPORTACIONES

Miel de Caña 1702904000





Durante el primer semestre de 2026, las exportaciones de miel de caña alcanzaron 216 toneladas por un valor FOB total de USD 191.167. El comportamiento evidencia una alta concentración en el mercado venezolano, que representó la mayor participación con 135 toneladas por USD 90.726. Perú se consolidó como el segundo destino, con 81 toneladas por US

D 97.574, mientras que Estados Unidos registró un volumen menor de 384 kg por USD 2.886. En términos de precios, se identifican diferencias relevantes entre mercados, lo que sugiere un potencial para avanzar hacia estrategias de segmentación y posicionamiento diferenciadas.

Panela Saborizada 1701910000



Las exportaciones de panela saborizada durante el primer semestre de 2026 alcanzaron 7,4 toneladas por un valor FOB total de USD 67.293. Chile representó la mayor participación en valor, con 4,4 toneladas por USD 55.415, seguido por Aruba con 2,3 toneladas por USD 8.627. Otros destinos como Estados Unidos (500 kg; USD 1.131), Curazao (182 kg; USD 2.020) y Países Bajos (44 kg; USD 100) muestran una presencia marginal, aunque relevante desde la perspectiva de diversificación geográfica y exploración de nichos de mercado.



7. CONCLUSIONES

Los resultados del primer semestre de 2026 evidencian un comportamiento favorable de las exportaciones de panela colombiana en términos de generación de valor, pese a la disminución registrada en el volumen exportado. Este desempeño refleja la capacidad del producto para mantener su posicionamiento internacional y responder a mercados que valoran atributos como la naturalidad, el origen, la calidad y la sostenibilidad.

La estructura exportadora continúa concentrada principalmente en América del Norte y Europa, con Estados Unidos y España como mercados estratégicos para el sector. Si bien la consolidación de estos destinos constituye una fortaleza, los resultados también evidencian la necesidad de avanzar en una mayor diversificación geográfica. En este sentido, la apertura de Túnez representa un avance relevante y una oportunidad para profundizar la exploración de nuevos mercados, particularmente en África y otras regiones con potencial de crecimiento.

El comportamiento de los precios en diferentes destinos confirma, además, la existencia de oportunidades para fortalecer la generación de valor mediante productos diferenciados y de mayor valor agregado. El desarrollo de nuevas presentaciones y derivados, junto con atributos asociados a la innovación, sostenibilidad, trazabilidad y calidad, puede contribuir a mejorar la competitividad y ampliar las posibilidades de inserción de la panela colombiana en segmentos especializados.

De cara al segundo semestre de 2026, el sector deberá continuar trabajando en la consolidación de mercados tradicionales, la diversificación de destinos, el desarrollo de productos con mayor valor agregado y el fortalecimiento de las capacidades empresariales. La participación prevista en *Expo Colombia 100% Miami*, *Americas Food & Beverage Show en Miami* y *Artigiano in Fiera en Italia* permitirá generar nuevos contactos comerciales, fortalecer relaciones con compradores y explorar oportunidades de acceso a nuevos mercados.

En este contexto, el principal desafío será avanzar hacia una estructura exportadora más diversificada, competitiva y resiliente, capaz de generar mayor valor frente a escenarios de volatilidad de precios y condiciones cambiarias adversas. La articulación entre promoción comercial, asistencia técnica, inteligencia de mercados, innovación y fortalecimiento empresarial será fundamental para continuar posicionando la panela colombiana en los mercados internacionales y ampliar las oportunidades de comercialización para los productores y empresas del sector.