



1. DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA Y DE RECAUDO INFORME GESTION PRIMER TRIMESTRE 2026

INFORME I TRIMESTRE 2026

Variación 2024 - 2025 - 2026

Recaudo	2024	2025	2026
Enero	\$ 420.862.449	\$ 464.407.081	\$617.024.969

Variación 2025-2026

Incremento absoluto: +\$152.617.888

Variación porcentual: +32,86%

Se observa una aceleración significativa del crecimiento. El incremento es más de 3 veces superior al crecimiento registrado entre 2024 y 2025.

REQUERIMIENTOS AUDITORIA INTERNA

1. Auditoria estados financieros, 33 requerimientos específicos.

1.1. Auditoria Indicadores, 87 solicitudes específicas.

2. Auditoria Legal, 20 solicitudes específicas.

PLAN RECAUDO 2026:

Auditoria contable y operativa PROCOLFOOD SAS, Puerto Tejada Cauca, 29 y 30 de enero 2026, actualmente en proceso de entrega de resultados.

Notificados 2026:

- El descuento, La Celia Risaralda.
- Supermercado Central, La Celia Risaralda.
- La Campiña JLO, La Celia Risaralda.
- Martin Arenas, Floridablanca Santander, reactivación revisión contable posibles saldos a favor.
- Makro Supermayorista, apertura auditoria contable.
- Cinco Menos La Maravilla, Cundinamarca.
- El Descuento FG, Marsella Risaralda.
- Mercado Cóndor, Bogotá D.C.



- Supermercados El Arrozal, Bogotá D.C.
- Group Premiun Camacho, Bogotá D.C.
- Ubeimar Perez Beltrán, Bogotá D.C.
- Tisanas Orquidea SAS, Bogotá D.C.
- Inversiones AMCA SAS, Bogotá D.C.
- Supermercado Central de Abarrotes, Bogotá D.C.
- Comercializadora Merca Pasión, Bogotá D.C.
- Ivan Ardila Gonzalez - Mercaexpress, Bogotá D.C.
- Lisney Johanna Perez Barragan - maxi ofertas, Bogotá D.C.
- Supermercado MILCAS SAS, Bogotá D.C.
- Juan Carlos Florez, Bogotá D.C.
- Kompre Ya, Girardot Cundinamarca.

Total notificados a enero 2026: 20 establecimientos comerciales.

REQUERIMIENTOS ENTIDADES DE CONTROL

- E-2023-052607 / IUC D 2023-2903303, CGR, respuesta hallazgos 17, 18, 19, 20, 21 y 22, auditoria de la Contraloría General de la República, PROCURADURÍA PRIMERA DISTRITAL DE INSTRUCCIÓN DE BOGOTÁ.
- MADR 2026-110-002035-1. subregiones afectadas por la actual ola invernal.
- MADR 2026 31.01.2026, cargue de información a Secop.

2. PROYECTO DE EXTENSIÓN AGROPECUARIA INFORME DE GESTION PRIMER TRIMESTRE 2026

Introducción.

El programa de extensión agropecuaria del Fondo de Fomento Panelero tiene por objetivo principal fortalecer las capacidades productivas, agroempresariales y comerciales, mediante acompañamiento técnico integral a los productores paneleros de las diferentes regiones mediante la aplicación de metodologías validadas para los procesos de extensión; el apoyo en procesos de certificación orgánica, Buenas prácticas agrícolas (BPA), Producción y uso de semilla de calidad; la sensibilización a los productores paneleros vinculados en encadenamientos productivos sobre la normatividad vigente, el sistema de seguridad y salud en el trabajo SG-SST; la construcción de capital social mediante la promoción de la formalidad empresarial, el fortalecimiento de la asociatividad; el acompañamiento para el avance en el cumplimiento de la normatividad sanitaria relacionado con la Resolución 779 de 2006 y BPM. Así como el fortalecimiento de la producción con Buenas prácticas ambientales de cara a mitigar impactos negativos al medio ambiente y certificación en Negocios Verdes. El programa de extensión agropecuaria del Fondo de Fomento Panelero tiene presencia de manera directa en 14 departamentos del país así: Antioquia, Boyacá, Cauca, Caldas, Cundinamarca, Caquetá, Huila, Norte de Santander, Cesar, Nariño, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca,



entre los cuales se pretende atender a alrededor de 2500 productores a nivel nacional. Para el año 2026 gracias a un mejor comportamiento en el recaudo de los recursos del fondo de fomento panelero, dado por mejores precios de panela y por tanto mejor precio de resolución, así como mejoras estratégicas en la gestión del recaudo y sus aportantes potenciales, el programa crece en cerca de un 20% en presupuesto con relación al año 2025 lo cual permitirá ampliar la cobertura y la presencia de técnicos y profesionales en zonas de alta importancia para el sistema productivo y donde además se comporta de manera más positiva el recaudo, pese a que la necesidad de recursos para atender la demanda del servicio sigue siendo alta, se hace necesario priorizar actividades y darle un enfoque al programa con nuevos elementos y metas. La estrategia de atención con los productores se agrupa en cuatro (4) componentes que buscan el mejoramiento de la productividad de sus cultivos, la calidad de la panela y productos derivados, enfocado en las necesidades puntuales de cada beneficiario y garantizando un trabajo articulado que posibilite buenos resultados, todo esto en pro de lograr mejores condiciones de comercialización e incursionar a mercados cada vez más especializados. Estos componentes son: Agronómico y Calidad en la producción de panela; Ambiental y Negocios Verde; Componente Comercial y Formalización; Normatividad del Subsector (Ley 40 De 1990, Sanitaria, Seguridad laboral, Ley 2005 de 2019, Ley de Compras Públicas, etc.). Se continúa vinculando a los procesos de extensión a las mujeres paneleras, jóvenes, asociaciones de productores, productores pequeños-medianos- agro empresas-empresarios. Se priorizan aquellos productores con los cuales se vienen adelantando procesos de mejora en sus cultivos, infraestructura y calidad de panela, encadenamientos productivos, fortalecimiento organizacional. Aunque se trata de llegar a aquellos productores que pagan la cuota de fomento ya sea de forma directa o indirecta, se atienden productores que demandan la asistencia técnica de forma ocasional. Los productores beneficiarios en su mayoría se atienden por demanda alrededor de un 60 a 70%, esto es en la medida que requieren el acompañamiento de los técnicos o profesionales especializados. Por otra parte, de un 30 a 40% se atienden por procesos que se vienen adelantando que requieren mayor atención y por ende más frecuencia de acompañamiento. Los productores son contactados por los técnicos de acuerdo con las bases datos de programas anteriores y por el conocimiento que ya tienen de los territorios, porque muchos cuentan con más de 4 años de experiencia en el subsector y generalmente son de la región.

Paralelamente se continuará con el posicionamiento institucional mediante la representación del gremio panelero ante las instancias departamentales, Nacionales y otras entidades que apoyan el sector agropecuario, además de ejercer una comunicación constante con los grupos de productores y los productores líderes para la información de los avances tecnológicos en el gremio panelero. De otra parte, la coyuntura de una mayor demanda de productos de calidad y la diversificación de la producción, hace que sea necesario fortalecer el trabajo para la obtención de conceptos sanitarios de los trapiches y/o notificaciones sanitarias de la panela, seguimiento, acompañamiento y asesoría en mejoramiento de infraestructura, organización de archivo documental, registros en planta, procedimientos y tramitología ante el Invima. Así también, el alza de los insumos, las bajas productividades por efecto de agotamiento de suelos, plagas, falta de renovación de cultivos y desbalance nutricional, reafirma la necesidad de seguir trabajando en la capacitación permanente y efectiva de un buen manejo agronómico con monitoreo de plagas, uso de análisis de suelos, monitoreo de grados brix, adopción de variedades, implementación de semilleros, certificaciones en BPA, entre otros aspectos. No dejando de lado la sostenibilidad ambiental, que cada vez cobra más relevancia en los mercados especializados y en materia de disminución de GEI, por ello el programa de extensión agropecuaria panelera viene fortaleciendo este componente. Al final, este programa plantea una atención integral desde el punto vista de profesionales vinculados y los diferentes eslabones de la cadena que se acompañan.

METAS DEL TRIMESTRE



Objetivo específico 1: Alcanzar cobertura del servicio de extensión agropecuaria a 2500 productores paneleros en 14 departamentos, garantizando la inclusión de jóvenes y mujeres en un 10% respectivamente y un 5% de población étnica.

Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	% Avance
Caracterización integral de unidades productivas	1000	197	19,7%
Caracterización integral UPs de Jóvenes paneleros	100	20	20,0%
Caracterización integral UPs de Mujeres paneleras	100	20	20,0%
Georreferenciaciones de unidades productivas	1000	197	19,7%
Levantamiento de áreas - mapas (polígonos)	500	104	20,8%
Acompañamiento a los productores para el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Agrícolas.	24	12	50,0%
Acompañamiento a los productores para el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura.	15	0	0,0%
Visitas de acompañamiento en la implementación y/o verificación del cumplimiento de la Res. 779/2006 y/o 2674 de 2018 para trapiches, bodegas de empaque, teniendo en cuenta la normatividad sanitaria de INVIMA	187	40	21,4%
Visitas de acompañamiento técnico a productores en los componentes agronómico, procesamiento, seguridad y salud en el trabajo, ambiental y comercial.	4500	887	19,7%
Evaluación productiva - Censo municipio panelero	7	0	0,0%
Brigadas en programas de bienestar animal a ejemplares mulares como herramienta vital en el eslabón de transporte de caña	10	3	30,0%
Escuela de campo, día de campo y/o Gira técnica	25	0	0,0%
Monitoreos de Plagas (diatraea)	1000	197	19,7%
Evaluación y seguimiento / Plan de implementación aspectos tributarios (Facturación electrónica)	4	0	0,0%
Capacitaciones grupales a los productores objeto del programa, en manejo agronómico del cultivo de la caña panelera, procesos de transformación, ley 40, negocios verdes, normatividad sanitaria, costos de producción, comercial y formalización.	100	26	26,0%
Caracterización de centros de acopio u organizaciones paneleros (técnica, administrativa, comercial y sanitaria)	39	14	35,9%
Visitas de acompañamiento a centros de acopio paneleros u organizaciones paneleras (técnica, administrativa, comercial y sanitaria)	78	14	17,9%



Objetivo específico 2: Asistir en aspectos técnicos al 100% de los encadenamientos priorizados por el área comercial.

Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	% Avance
Articular acciones con el área comercial, con el objeto de atender al 100% de los encadenamientos priorizados.	100%	Realizar reuniones de articulación con el área comercial	En el numeral 3 “ACTIVIDADES” se describe los avances del primer trimestre.

Objetivo específico 3: Contribuir a la disminución de los costos de producción de panela en las unidades productivas atendidas.

Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	% Avance
Actualizar costos de producción a nivel departamental al iniciar el programa y al cierre.	26	0	0,0%
Asesorar Trapiches para la mejora en extracción del molino	3	0	0,0%
Asesorar Trapiches para la mejora de hornilla	3	0	0,0%
Asesorar Trapiches para la mejora de infraestructura	3	0	0,0%
Implementación modelo de manejo administrativo y operativo de trapiches	4	0	0,0%

Objetivo específico 4: Asistir técnicamente a 5 procesos de certificación y/o recertificación orgánica.

Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	% Avance
Acompañamiento técnico y administrativo a los procesos de certificación y/o recertificación orgánica	5	0	0,0%

Objetivo específico 5. Promover y asistir técnicamente las iniciativas de desarrollo de producto diversificado, con mejoras en las capacidades técnicas, normativas y de innovación de los productores y transformadores de caña panelera.

Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	% Avance
Seguimiento técnico sanitario y de calidad para los encadenamientos productivos.	4	1	25,0%
Creación de textos	9	3	33,3%



Seguimiento a montajes de plantas licoreras	4	1	25,0%
Seguimiento y ajuste del tratamiento de vinazas como abono en cultivos.	2	0	0,0%
Acompañamiento en actividad de Calidad de la panela en ferias culturales.	2	1	50,0%
Capacitaciones en la generación de productos con valor agregado	6	1	16,7%

Objetivo específico 6. Conformar la unidad de proyectos del fondo de fomento panelero como instrumento de gestión de recursos para el fomento y la diversificación de la producción panelera

Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	% Avance
Identificación fuentes de financiación para las diferentes líneas de intervención	10		En el numeral 3 "ACTIVIDADES" se describe los avances del primer trimestre.
Capacitación a los equipos de los diferentes programas del FFP en temas relacionados con la formulación de proyectos	2	0	
Aplicación a convocatorias y/o proyectos presentados a fuentes nacionales e internacionales	10	0	

Objetivo específico 7. Adelantar las acciones necesarias para el establecimiento de dos modelos demostrativos de transporte de caña con sistema monorriel.

Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	% Avance
Instalar mesa técnica y financiera con delegados del MADR para el desarrollo metodológico de este objetivo	Construcción colectiva y concertada del modelo de ejecución para el alcance del objetivo		
Compra e importación de equipos	1	0	0,0%
Nacionalización y logística interna en Colombia	1	0	0,0%
Selección de beneficiarios	2	0	0,0%
Instalación, prueba y evaluación de equipos	2	0	0,0%
Demostraciones de método con productores	8	0	0,0%



ACTIVIDADES

Actividades del Objetivo específico 1

Caracterización integral de unidades productivas: 197 Caracterizaciones realizadas

Esta actividad tiene como objetivo recopilar información detallada sobre las unidades productivas, incluyendo datos del productor, cultivo, infraestructura, niveles de producción, comercialización y certificaciones. Esta información constituye un insumo clave para determinar el potencial productivo de las zonas paneleras intervenidas.



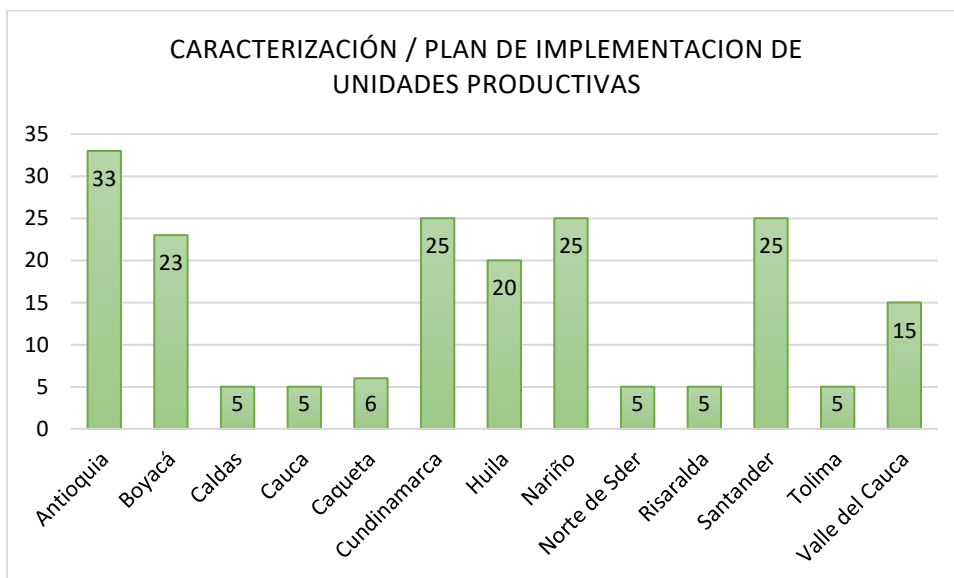


Grafico 1. Caracterizaciones realizadas por departamento

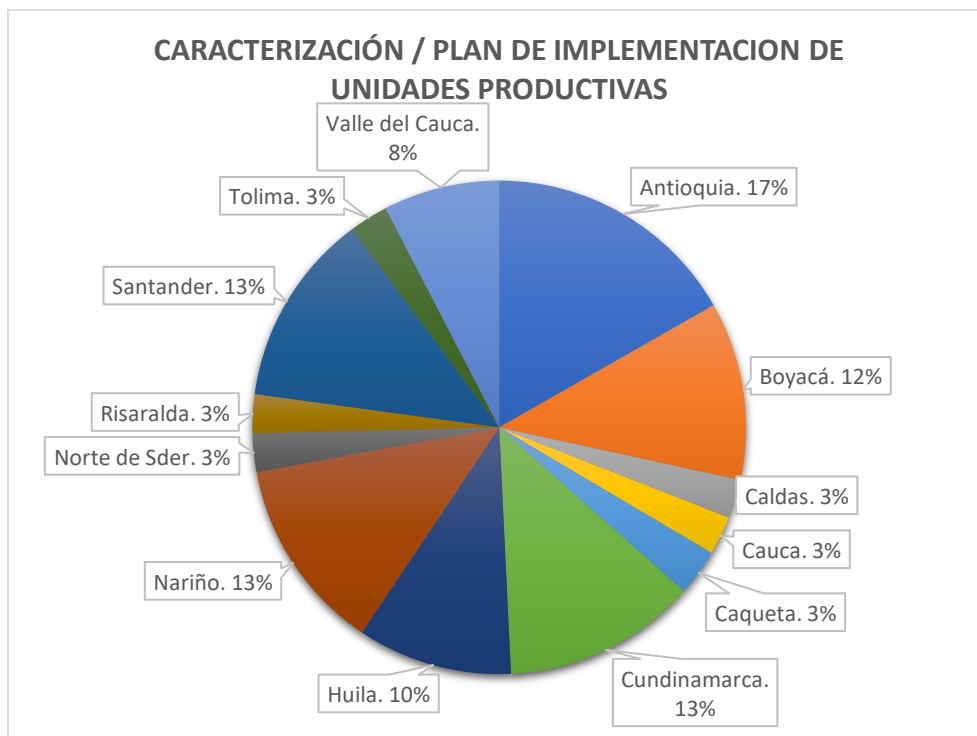


Grafico 2. Caracterizaciones realizadas participación por departamento



Georreferenciaciones de unidades productivas: 197 Georreferenciaciones realizadas

Se realizan las georreferenciaciones mediante el uso de herramientas GPS, lo que permite registrar con precisión su ubicación y representarla en mapas digitales. Esta información geoespacial es esencial para la planificación territorial, la identificación de áreas de influencia y el diseño de estrategias de intervención focalizadas y efectivas.

Levantamiento de áreas - mapas (polígonos): 104 levantamientos realizados

Se realiza la actividad con el fin de delimitar áreas, así como describir las características más relevantes de los lotes, determinar densidades de siembra, rendimientos de producción y tomar decisiones de mejoramiento en el cultivo. Por otro lado, se entregan como soporte para el productor, un mapa impreso que sirve como base fundamental para la toma de decisiones en la selección de tierras para la siembra, adecuación del terreno, manejo de la fertilización y nutrición del cultivo.

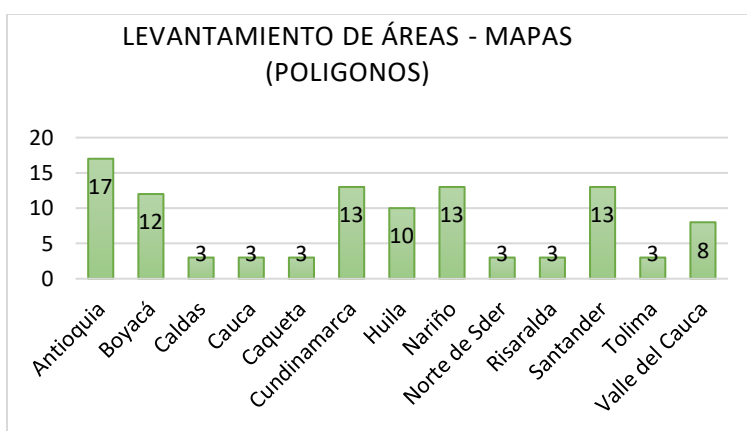


Grafico 3. Polígonos realizados por departamento

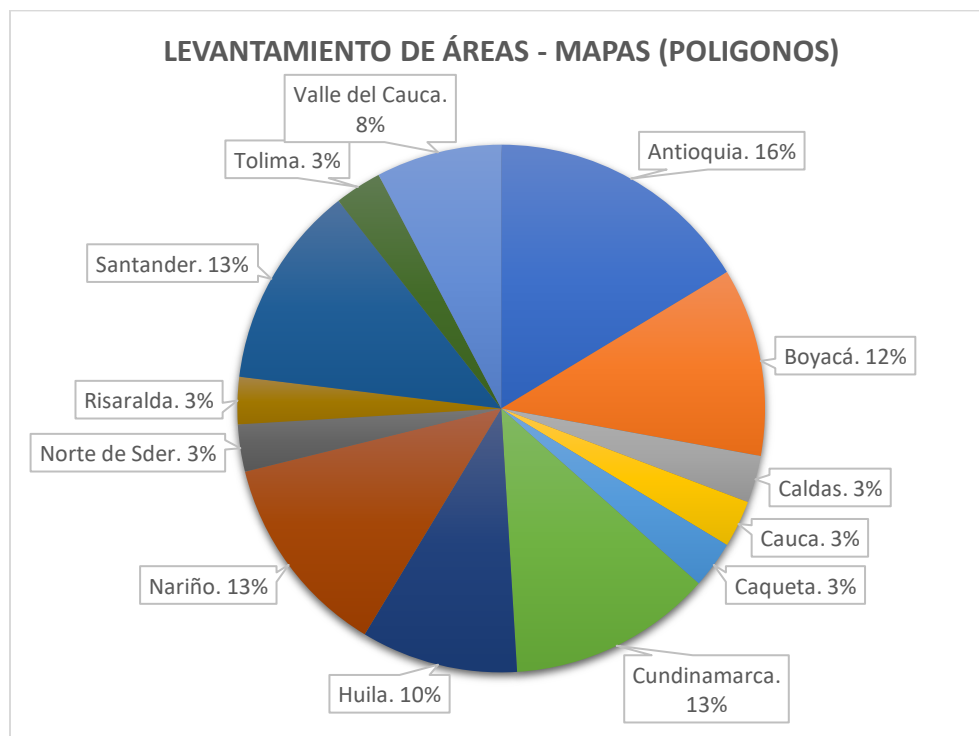


Grafico 4. Polígonos realizados participación por departamento

Acompañamiento a los productores para el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Agrícolas: 12
Acompañamientos realizados

Se llevó a cabo un diagnóstico técnico de las prácticas agrícolas implementadas en las unidades productivas, conforme a los lineamientos establecidos. A partir de este análisis, se construye un plan de trabajo progresivo, enfocado en la adopción gradual de las BPA, con el objetivo de asegurar la inocuidad del producto, la sostenibilidad del sistema productivo y la calidad de la panela.



Acompañamiento a los productores para el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura: No se tenía proyectada esta actividad para el primer trimestre.

Visitas de acompañamiento en la implementación y/o verificación del cumplimiento de la Res. 779/2006 y/o 2674 de 2018 para trapiches, bodegas de empaque, teniendo en cuenta la normatividad sanitaria de INVIMA: 40 Visitas realizadas

Verificación del cumplimiento de la resolución 779/2006 “Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir en la producción y comercialización de la panela para consumo humano y se dictan otras disposiciones” y la resolución 2674/2013 “Las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos, se ceñirán a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura contempladas en la presente resolución” para poder obtener las mejores condiciones sanitarias de los trapiches con el objeto garantizar un mejor estatus sanitario y oportunidad de mercadeo de la panela.





Visitas de acompañamiento técnico a productores en los componentes agronómico, procesamiento, seguridad y salud en el trabajo, ambiental y comercial. 887 Visitas realizadas.

Se ha alcanzado un importante apoyo para los productores y, en general, el fortalecimiento del sector panelero. Este impacto se ha logrado a través del acompañamiento técnico en unidades productivas, visitas a trapiches, asociaciones y cultivos; así como mediante jornadas de capacitación en temas clave como el manejo agronómico, calidad en la producción de panela, comercialización, formalización, sostenibilidad ambiental y negocios verdes, además de la normatividad del subsector (Ley 40 de 1990 y Ley 2005 de 2019).



Adicionalmente, se han llevado a cabo actividades como la caracterización de unidades productivas, georreferenciación, toma de muestras de suelo, monitoreo de plagas, asesoría en nutrición del cultivo, manejo de malezas, optimización del proceso de limpieza de jugos, mejora en la extracción y calidad de la panela, manejo integrado de plagas y enfermedades, evaluación de la madurez de la caña de azúcar y evaluación de infraestructura.

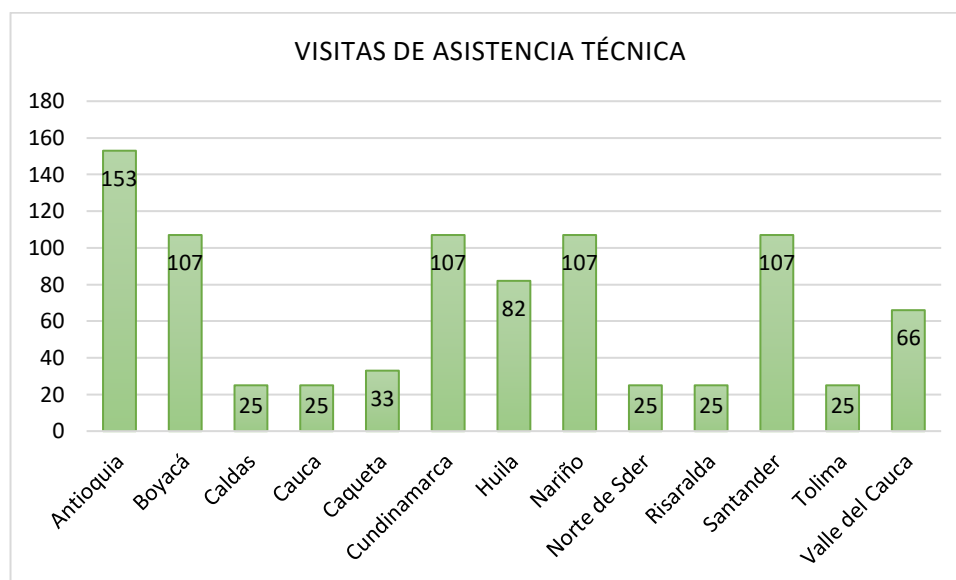


Grafico 5. Visitas realizadas por departamento

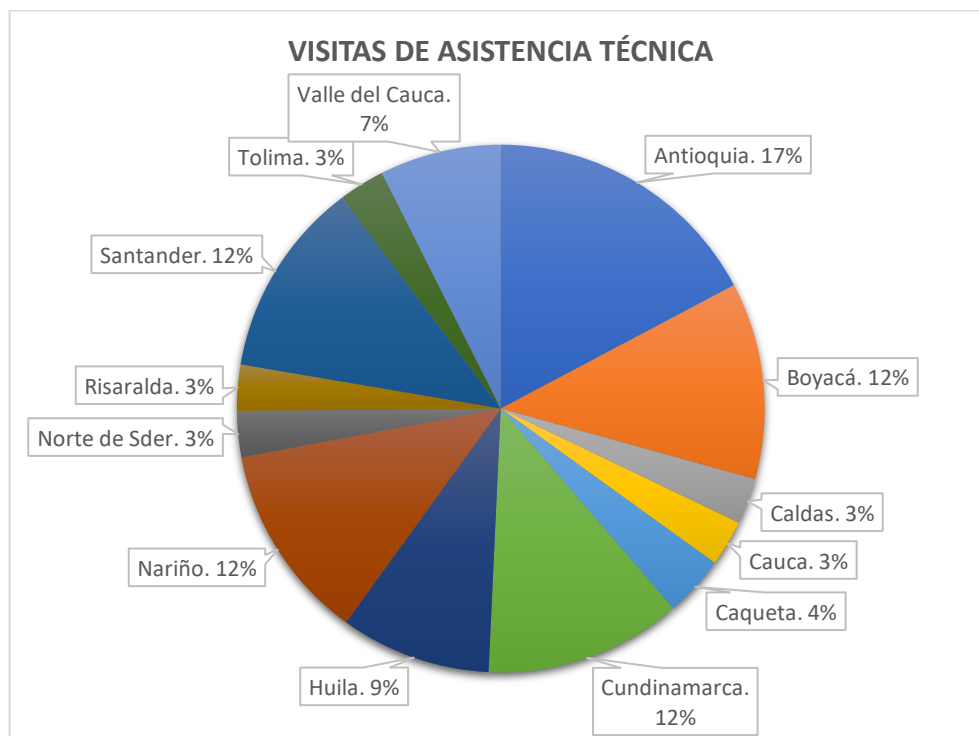


Grafico 6. Visitas realizadas participación por departamento

Evaluación productiva - Censo municipio panelero: No se tenía proyectada esta actividad para el primer trimestre.

Brigadas en programas de bienestar animal a ejemplares mulares como herramienta vital en el eslabón de transporte de caña: 3 Brigadas realizadas

Los ejemplares mulares cumplen un papel fundamental en las labores agrícolas, especialmente en el transporte de caña. Estas jornadas de formación promueven el manejo adecuado, la alimentación balanceada, la atención sanitaria y la mejora de las condiciones de trabajo de estos animales, en concordancia con los principios de producción sostenible y ética rural.

En el Departamento de Santander se realizó una de las brigadas, a través de una jornada de desparasitación y vitaminización, logrando intervenir a más de 100 animales en los diferentes municipios.



Escuela de campo, día de campo y/o Gira técnica: No se tenía proyectada esta actividad para el primer trimestre.

Monitoreos de Plagas: 197 Monitoreos realizados

Se realizaron 197 monitoreos de plagas con el fin de evidenciar del porcentaje (%) de índice de daño económico que está causando en el cultivo, las principales plagas evidenciadas son *Diatraea sp*, Salivazo (*Mahanarva andigena*). A través de estos monitoreos se busca mitigar las pérdidas que pueden generarse por el daño causado por dichas plagas. Para *Diatraea sp*, en los casos en que los porcentajes de intensidad e infestación superan el 4 %, se recomienda realizar liberaciones de control biológico con las especies *Trichogramma*, *Cotesia* y *Billea*. Estas recomendaciones para el manejo de *Diatraea* se emiten de manera constante durante las visitas técnicas y a través de distintos medios de comunicación.



Asimismo, se informa a los productores que, según estudios

realizados por la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (Agrosavia), por cada punto porcentual (%) de daño se dejan de producir aproximadamente 105 kilogramos de panela.



En varios departamentos, esta actividad de monitoreo se desarrolla en alianza con el Instituto Colombiano Agropecuario y Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (Agrosavia). En algunos

territorios se ha evidenciado un incremento en la presencia de salivazo, como es el caso de Santander, donde actualmente se gestionan acciones con la Gobernación para formular un proyecto que permita determinar el impacto económico generado por este insecto.

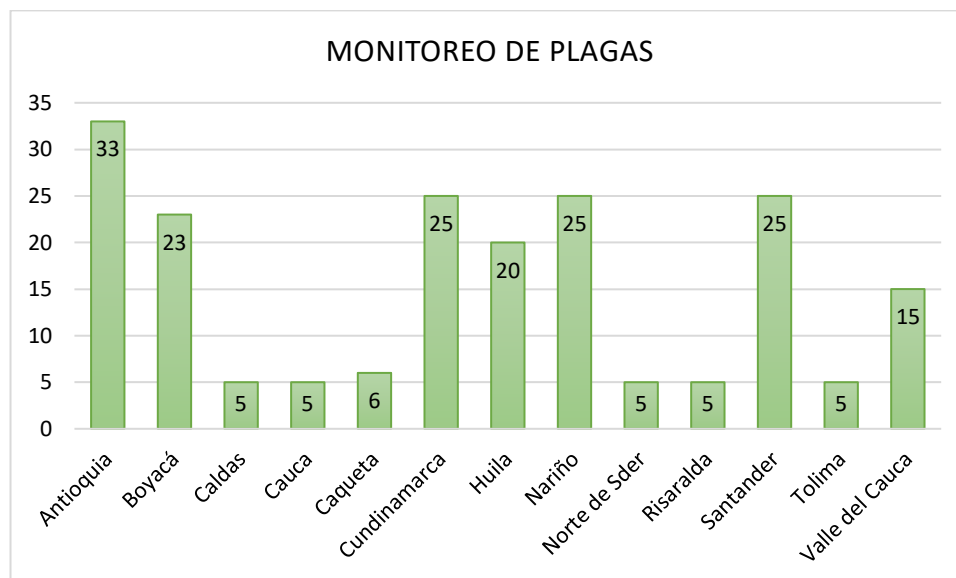


Grafico 7. Monitoreos realizados por departamento

Evaluación y seguimiento / Plan de implementación aspectos tributarios (Facturación electrónica): No se tenía proyectada esta actividad para el primer trimestre.

Capacitaciones grupales a los productores objeto del programa, en manejo agronómico del cultivo de la caña panelera, procesos de transformación, ley 40, negocios verdes, normatividad sanitaria, costos de producción, comercial y formalización: 26 Capacitaciones realizadas.

En el componente agronómico, se realizaron capacitaciones que abordaron diversos temas, entre ellos: preparación de suelos, establecimiento de semilleros, nutrición y cosecha de la caña, así como la determinación del índice de madurez mediante el uso del refractómetro. Durante estas sesiones se hizo demostración de método para aplicación de agro insumos con enfoque orgánico sostenible ambientalmente en el cultivo de la caña para la producción de panela. También se trataron aspectos relacionados con el manejo de plagas y enfermedades presentes en los cultivos de caña.



En cuanto al componente comercial, el objetivo fue que los productores conocieran los nuevos retos que enfrenta el sector, las tendencias actuales de consumo y de mercado, las oportunidades de negocio, y las estrategias para la inserción y fortalecimiento del subsector panelero. En el municipio de Caldono con cabildo indígena de Cortijo, se realizó una capacitación grupal en tema productivo, comercial y de emprendimiento empresarial

Respecto al componente ambiental, se abordaron temas como el manejo de residuos de cosecha (incluyendo la elaboración de compost), la reducción en el uso de leña, la disposición adecuada de residuos

del proceso, el manejo de aguas dulces, la gestión ambiental en unidades productivas, los impactos ambientales, la implementación de buenas prácticas ambientales en el cultivo y el cumplimiento de la normatividad vigente.



Estas capacitaciones realizadas a los productores paneleros beneficiados por el programa de Extensión Agropecuaria se realizan con el objetivo de fomentar la siembra de caña, motivar al productor en la adopción del manejo integrado desde el inicio del cultivo y llegar a obtener menores costos de producción para de esta manera ser competitivos en los mercados y los productores logren una producción eficiente y sostenible.

Se socializó la Ley 40 de 1990, relacionada con la creación del Fondo de Fomento Panelero (FFP), explicando quiénes están obligados a realizar el aporte correspondiente. Este grupo incluye a las personas

naturales o jurídicas que adquieran, transformen o comercialicen panela o mieles, tanto en el mercado interno como en el de exportación. El objetivo de este fondo es promover el consumo, el desarrollo de actividades de posicionamiento del producto, la asistencia técnica y la vinculación de los productores a programas y proyectos del sector.



Caracterización de centros de acopio u organizaciones paneleros (técnica, administrativa, comercial y sanitaria): 14 Caracterizaciones realizadas.

Visitas de acompañamiento a centros de acopio paneleros u organizaciones paneleras (técnica, administrativa, comercial y sanitaria): 14 Visitas realizadas.



Se realizó la caracterización y visitas de seguimiento a los centros de acopio ubicados en los diferentes departamentos. El objetivo de estas visitas fue identificar aspectos técnicos, administrativos, comerciales y sanitarios de cada centro.

Durante este proceso, se recopiló información detallada de las organizaciones paneleras o centros de acopio, a modo de diagnóstico inicial. Este diagnóstico permite analizar aspectos organizacionales, financieros, productivos, comerciales y tecnológicos, así como identificar debilidades o puntos críticos en cada asociación.

Con base en esta caracterización, se puede establecer un panorama de la situación actual de cada centro y diseñar un plan de trabajo orientado a mejorar acciones específicas en el corto y mediano plazo.



En cuanto a las condiciones sanitarias, se entregaron las siguientes recomendaciones para mejorar las instalaciones: mantener limpias las áreas, superficies y utensilios de trabajo; evitar la presencia de insectos, roedores u otros animales vectores de enfermedades; mantener los recipientes de basura cerrados y utilizar exclusivamente agua potable en la preparación de la panela.

Asimismo, se enfatizó en la importancia de buenas prácticas de higiene personal, tales como: mantener las uñas cortas, limpias y sin esmalte; evitar el uso de accesorios (anillos, pulseras, aretes, cadenas o teléfonos celulares) durante la manipulación de alimentos; no manipular alimentos si se tiene gripa o tos, y evitar estornudar o toser sobre los productos. También se recomendó el uso de uniforme de color claro, tapabocas, calzado cerrado y cabello recogido y cubierto con malla o gorro.

Al final de cada visita, se dejaron las recomendaciones correspondientes y se agendó una próxima visita para hacer seguimiento al cumplimiento de las acciones acordadas, permitiendo así evaluar la trazabilidad de las mejoras e identificar aspectos que aún requieren fortalecimiento.

Actividades del Objetivo específico 2:



Articular acciones con el área comercial, con el objeto de atender al 100% de los encadenamientos priorizados.

Se llevaron a cabo reuniones con el área comercial y con cada equipo técnico departamental, con el propósito de socializar el comportamiento del mercado y la prospectiva del trabajo comercial para el año 2026, así como de definir y perfilar el acompañamiento requerido.

Actividades del Objetivo específico 3:

Actualizar costos de producción a nivel departamental al iniciar el programa y al cierre: No se tenía proyectada esta actividad para el primer trimestre.

Asesorar Trapiches para la mejora en extracción del molino: No se tenía proyectada esta actividad para el primer trimestre.

Asesorar Trapiches para la mejora de hornilla: No se tenía proyectada esta actividad para el primer trimestre.

Asesorar Trapiches para la mejora de infraestructura: No se tenía proyectada esta actividad para el primer trimestre.

Implementación modelo de manejo administrativo y operativo de trapiches: No se tenía proyectada esta actividad para el primer trimestre.

Actividades del Objetivo específico 4:

Acompañamiento técnico y administrativo a los procesos de certificación y/o recertificación orgánica

Actividades del Objetivo específico 5:

Seguimiento técnico sanitario y de calidad para los encadenamientos productivos. 1 Seguimiento realizado.

Planta Familia Medina (Quipile, Cundinamarca)

El 27 de enero se realizó visita técnica a la planta de panela granulada en el corregimiento La Virgen. Se evaluó el proceso productivo, incluyendo punteo ($>125^{\circ}\text{C}$), manejo de cochas ($\approx 60\text{ kg}$), limpieza en paila de descachazado y ajuste de pH con cal grado alimenticio.

El pH pasó de 5,1 en jugos a 8 tras el encalado. Se evidenció alto contenido de residuos en el precipitado ($>100\text{ ml}/1000\text{ ml}$) y presencia de cachaza blanca. Las purezas registradas (88 % en evaporación, 86 % en miel y 84 % en punto) fueron adecuadas para granulado.



No obstante, se observó exceso de residuos en cocha, oscurecimiento de mieles, punteo poco fino y soplado. Se recomendó reducir el pH a ~7 para mejorar la coagulación y evitar caramelización y sabores amargos. Aunque hubo mejor limpieza, el producto final presentó notas a quemado.



Planta Saúl Mora

Se tomaron muestras de panela y jugo clarificado para evaluar sólidos sedimentables. Una prueba de contraste con cal evidenció deficiencias en la clarificación, al lograrse sedimentación de impurezas previamente suspendidas.



Se brindó capacitación sobre uso e interpretación del polarímetro para control de sacarosa. En la verificación de Puntos Críticos de Control se detectó temperatura insuficiente en el fondo recibidor para activar la coagulación con cal. Además, el mucílago de balso presentó baja viscosidad como floculante. Al ajustar la dosificación, el jugo hirvió antes de limpiarse, generando resuspensión de impurezas y turbidez final.

Creación de textos: 3 textos creados

Se diseñó un **Programa de Limpieza y Desinfección** dirigido a las plantas de bebidas alcohólicas que operan bajo el régimen de la Ley 2005 de 2019, con el propósito de dar cumplimiento a los requisitos sanitarios establecidos en el Decreto 1686 de 2012.

Este decreto establece la obligatoriedad de implementar un Plan de Saneamiento, dentro del cual uno de sus componentes fundamentales es el Programa de Limpieza y Desinfección. Dicho programa contempla los lineamientos, procedimientos, frecuencias, responsables, insumos y métodos de verificación para garantizar la adecuada limpieza y desinfección de equipos, utensilios, instalaciones, materias primas e insumos, así como de todas las etapas del proceso productivo.

Con esta herramienta se busca asegurar condiciones higiénico-sanitarias adecuadas, prevenir riesgos de contaminación y garantizar la calidad e inocuidad de los productos elaborados.



 Portada del programa de L&D.	- L&D-E-001 DOSIFICACIÓN DE SUSTANCIAS V1.docx - L&D-E-002 CÓDIGO DE COLORES V1.docx - L&D-F-001 LISTA DE CHEQUEO DE LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN V1.docx - L&D-F-002 LISTA DE CHEQUEO ASPERSIÓN AMBIENTE V1.docx - L&D-I-001 POES HIGIENE UTENSILIOS V1.docx - L&D-I-002 POES HIGIENE GAVERAS V1.docx - L&D-I-003 POES HIGIENE PISOS PAREDES TECHOS PUERTAS V1.docx - L&D-I-004 POES HIGIENE MESAS MESONES V1.docx - L&D-I-005 POES HIGIENE TANQUES V1.docx - L&D-I-006 POES HIGIENE AMBIENTES V1.docx - L&D-I-007 POES HIGIENE FONDOS V1.docx - L&D-I-008 POES HIGIENE UTENSILIOS ASEO V1.docx - L&D-I-009 POES HIGIENE UTENSILIOS BAÑOS V1.docx - L&D-I-010 POES HIGIENE UTENSILIOS ESTIBAS V1.docx - L&D-P-001 PROGRAMA DE LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN.docx - L&D-P-002 PROCEDIMIENTO HIGIENE PERSONAL.docx Contenido obligatorio del programa L&D
---	--

Desarrollo de procedimientos y protocolos para optar a la categoría Ron Artesanal (1 er Avance)

Se elaborará un reglamento técnico para el uso del sello “Ron Artesanal de Colombia”, otorgado por la Superintendencia de Industria y Comercio a la Federación Nacional de Productores de Panela (FEDEPANELA). Este documento establecerá los requisitos, criterios técnicos y condiciones que deberán cumplir los productores para hacer uso de la marca, incluyendo aspectos como la destilación discontinua o por batch, características del proceso productivo y parámetros de calidad. Asimismo, se revisará el reglamento presentado ante la Superintendencia para ajustarlo a la normatividad vigente, especialmente a la Ley 205 de 2019, con el fin de garantizar que el sello sea utilizado exclusivamente por productores que cumplan con el marco legal aplicable. De esta manera, FEDEPANELA fortalecerá los mecanismos de control y protección de la marca, asegurando que su uso esté debidamente regulado y protegido.

Implementación de análisis del parámetro de turbiedad en pruebas de calidad de panela. (1 avance)

Se plantea la implementación de un método o protocolo para la medición de turbiedad en jugos de caña y aguas paneleras, con el objetivo de evaluar el nivel de eficiencia de los procesos de clarificación en los trapiches paneleros. Esta herramienta permitirá determinar qué tan limpios se encuentran los jugos durante las diferentes etapas del proceso, facilitando la toma de decisiones para mejorar la calidad del producto final. Para ello, se contempla la adquisición de un turbidímetro que permita realizar mediciones técnicas confiables y reproducibles. Como primer avance, se desarrollará la etapa de cotización y revisión de referencias técnicas de diferentes equipos disponibles en el mercado, con el fin de seleccionar aquel que sea técnicamente válido, económicamente asequible para la Federación y los productores, y adecuado a las condiciones operativas del sector panelero.

Seguimiento a montajes de plantas licoreras: 1 Seguimiento realizado

Planta Caña Dorada (Samaná)



El 16 de febrero se realizó visita técnica a la planta Caña Dorada para evaluar el proceso de producción de licores y la posible reactivación del montaje.

Se tomaron muestras de los barriles almacenados y se evaluaron sus características fisicoquímicas y sensoriales. Se identificaron diferentes lotes: licor de hierbas (24°), rones macerados con canela y anís, destilado con fruta y un tanque con aproximadamente 100 litros de alcohol. Los productos presentaron buena conservación. Las pruebas de mezcla permitieron mejorar el balance entre dulzor y graduación alcohólica, y los destilados añejados mostraron perfiles aromáticos adecuados.

En infraestructura, los equipos están en buen estado, aunque requieren limpieza general. Se evidenció presencia de hongos por humedad, por lo que se recomendó desinfección profunda antes de cualquier transvase. También se revisaron las condiciones para el cumplimiento de Buenas Prácticas de

Manufactura (BPM) y se realizaron pruebas de destilación de aceites esenciales de anís para su posible incorporación en los licores.

Planta El Alzador

Se realizó visita a la planta de los productores Francisco y Michael Ruiz para dar seguimiento a los ajustes en la columna de destilación. Se evidenció mejora en la calidad del alcohol, especialmente en la reducción de congéneres, favoreciendo su perfil para aguardiente. Se felicitó a los productores por el avance y se les orientó sobre el proceso para la obtención del registro sanitario.

Seguimiento y ajuste del tratamiento de vinazas como abono en cultivos: No se tenía proyectada esta actividad para el primer trimestre.

Acompañamiento en actividad de Calidad de la panela en ferias culturales: 1 Acompañamiento realizado.



Durante la estancia técnica en Villeta, se ejecutaron las siguientes acciones:

Recepción y codificación de muestras: Se realizó el ingreso de siete (7) muestras de panela provenientes de diferentes productores de los municipios aledaños a Villeta.

Análisis físico de calidad: Ejecución de pruebas de sólidos sedimentados para determinar la pureza física del producto y la eficiencia en la limpieza de los jugos durante la etapa de clarificación.

Evaluación sensorial (Cata): Desarrollo del panel de evaluación organoléptica de las 7 muestras, analizando los siguientes atributos de calidad según

normatividad vigente:



- Textura: Evaluación de la dureza y granulación.
- Turbiedad: Identificación de la turbiedad del agua panela para detectar que tan limpio estaba la panela.
- Aroma: Identificación de perfiles característicos de la panela y detección de posibles defectos.
- Deliberación: Consolidación de resultados de laboratorio y cata para el ranking final.

Cierre del evento: Participación en la ceremonia de premiación a los productores beneficiados el día sábado, basada en los resultados técnicos obtenidos.

Capacitaciones en la generación de productos con valor agregado: 1 capacitación realizada

Se proyecta realizar una capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y calidad de la panela dirigida a productores de la provincia de Provincia de Vélez, con el fin de fortalecer los procesos productivos, mejorar los estándares sanitarios y garantizar un producto de mayor calidad y competitividad en el mercado.

Adicionalmente, se llevará a cabo una capacitación en confitería dirigida a las mujeres beneficiarias del proyecto NAMA Panela, con el objetivo de brindarles herramientas técnicas para la elaboración de nuevos productos derivados de la panela, promoviendo así la generación de ingresos adicionales y el fortalecimiento de la economía familiar.

Actividades estratégicas e impactos positivos en el territorio en el primer trimestre

Actividad realizada	Indicador	Resultado	Impactos				Logro esperado
			Económico	Ambiental	Productivo	Social	
Atención a mujeres jóvenes rurales paneleros	152 mujeres rurales y 60 jóvenes rurales paneleros	Las mujeres y jóvenes fortalecen su vínculo asociativo y mejoran sus habilidades socio productivas	Mayor empoderamiento económico de las mujeres y jóvenes, como mínimo con ideas de emprendimiento	NA	N/A	Mujeres y jóvenes paneleros capacitados en temas de herramientas y habilidades socioemocionales	Mayores oportunidades para las mujeres y jóvenes capacitadas
Atención a población panelera afro e indígenas	13 afro y 32 indígenas	1 grupo de productores afros e indígenas que mejora	Mayores ingresos	Disminución en el uso de herbicidas y fertilizantes químicos	Mayor productividad de la actividad panelera	Inclusión de la población indígena en el programa de AT	Aumento de la inclusión de población afro e indígenas



		su producción y calidad de la panela		gracias a la adopción de buenas prácticas			
En Antioquia Organizaci3n panelera inicia proceso de producci3n de panela pulverizada	0,5 toneladas de panela pulverizada para el mercado regional	Innovaci3n en la diversificaci3n en la producci3n de 1 trapiche panelero	Comercializaci3n de 0,5 ton de panela pulverizada /mes, con un diferencial de \$800 respecto al precio de la panela s3lida.	Adopci3n de buenas pr3cticas en el proceso de producci3n de panela.	Iniciaci3n en la producci3n de nuevas presentaciones de panela con valor agregado y de buena calidad.	Mejoramiento de calidad de vida de productores asociados por aumento en la rentabilidad.	Mayores ingresos por comercializaci3n de panela pulverizada.
Toma de muestra para an3lisis de suelos en el Departamento de Boyac3	7 productores del departamento de Boyac3	Se entrega recomendaci3n de fertilizaci3n seg3n requerimientos del cultivo	Se reduce los costos en la compra de fertilizantes	Se disminuye el desperdicio de abonos por exceso de aplicaci3n	Mejorar la producci3n de toneladas de caña por hect3rea	Manejo de buenas pr3cticas en la producci3n de panela en la zona	Mejor producci3n y calidad del producto
Acompańamiento a centro de acopio panelero regional en el Departamento del Cauca	# de procedimientos higi3nico-sanitarios que se implementan en el centro de acopio	5 procesos implementados y con registro	Se mejoran las ventas en el centro de acopio	Menor contaminaci3n y mejor manejo de los recursos	Mejora en la calidad del producto	Mayor confiabilidad de los clientes en el centro de acopio	El centro de acopio panelero cumple con est3ndares de calidad y recibir3 la visita de inspecci3n sanitaria de la autoridad de control municipal
Acompańamiento t3cnico a cabildo ind3gena en el	# de productores que se integran para mejorar	Como m3nimo 18 productores que se integran y	Aumentan los ingresos	Menor contaminaci3n ambiental en la actividad productiva	Aumento de los rendimientos en los cultivos y	Integraci3n de los productores	El cabildo ind3gena se fortalece en su actividad productiva y en su



Departamento del Cauca	su producción y comercialización	comprometido			en el montaje		emprendimiento
Grupos paneleros que se capacitan y se presentan al fondo emprender del SENA en el Departamento del Cauca	# de grupos	Como mínimo 2 grupos interesados y con asesoría del SENA	Capitalización del modelo de negocio panelero		Aumento de la productividad	Se fortalece el emprendimiento y generación de empleo e ingresos	2 grupos que se presentan al fondo emprender con el apoyo del SENA y Fedepanela
Apoyo y acompañamiento a grupos asociativos Apoyo y acompañamiento a grupos asociativos en la actualización del RUT, Cámara de comercio, y facturación electrónica en el departamento del Huila	(Seis)6 grupos asociativos	Garantizar la estabilidad en la formalidad tributaria, comercial, organización	Poder realizar trámites formales de contratación	N/A	Garantizar las ventas del producto bajo el esquema de la formalidad	Garantiza la vinculación de familias paneleras en esta actividad	Mejor calidad de vida, y oportunidad de estudio a sus hijos
Acompañamiento a grupos asociativos en la actualización de información	(Dos)2 agroempresas	Obtener un producto orgánico, que permita diferenciarse de los demás y poder acceder a un	Tener un mercado asegurado, y obtener mayor margen de	Garantizar unas mejores condiciones en el manejo de los ecosistemas, de la flora	Ofertar un producto sano y de alta calidad, teniendo en cuenta los	Beneficia 30 familias paneleras que hacen parte de proceso de la certificación orgánica	Mejor calidad de vida, y oportunidad de estudio a sus hijos, y mejorar el



para iniciar con la recertificación orgánica en el departamento del Huila	paneleras	valor agregado, grupos asociativos Asopaju, Asopromacol	rentabilidad	fauna, y suelos fértiles	parámetros de la formalidad empresarial panelera		medio ambiente
Acompañamiento técnico a la organización de documentación de segundo nivel, en la reforma estatutaria en el departamento del Huila	Una (1) organización de segundo nivel AMUPAS AN que agrupa a 9 asociaciones, municipio de San Agustín	Estructurar una organización de segundo nivel, integrara a grupos asociativos de caña, café, frutales	Poder tener mayor representatividad en cada uno de estos subsectores	Garantizar unas buenas prácticas en cada uno de estos subsectores, que permitan ser amigables con los ecosistemas y el medio ambiente	Mejorar las condiciones de la productividad, con el objetivo de obtener un producto de alta calidad y valor agregado	Garantiza la vinculación de 257 familias cafeteras, paneleras, frutícolas en esta actividad agrícolas	Mejorar las condiciones de calidad de vida de cada uno de estos subsectores agrícolas en el municipio de San Agustín
Apoyo técnico a la organización de segundo nivel Amupasan. En la elaboración de propuesta segunda fase mejoramiento centro agropecuario de San Agustín en el departamento del Huila	Un (1) perfil de proyecto, que beneficia a nueve (9) asociaciones	Estructurar un proyecto que busque 1mejorar las condiciones viales de ingreso, -- 2Ampliación de infraestructura.3 Dotación y maquinaria agroindustria l	La comercialización conjunta, lo que reducirá la intermediación y mejorará los precios de venta para los productores asociados, Esto se traducirá en mayores márgenes de	Garantizar unas buenas prácticas en cada uno de estos subsectores, que permitan ser amigables con los ecosistemas y el medio ambiente	Mejorar las condiciones de la productividad, con el objetivo de obtener un producto de alta calidad y valor agregado	Garantiza la vinculación de 257 familias cafeteras, paneleras, frutícolas en esta actividad agrícolas	Mejorar las condiciones de calidad de vida de cada uno de estos subsectores agrícolas en el municipio de San Agustín



			rentabilida d y en una mejor capacidad de negociació n frente a comprador es regionales y nacionales				
Acompañam iento a la asociación ASEPPAS, con la cual se viene trabajado varios años, en la actualidad se llevan varios procesos con esta asociación, el 22 de enero se firmó convenio de asociación entre la asociación y la alcaldía municipal de Sandoná, para trabajar temas muy puntuales para cerrar brechas de conocimient o y levantar	municipio s de Sandoná Nariño	Acompañami ento y recomendaci ones para cumplimient o normatividad vigente en rotulado y cumplimient o de resolución 779, BPA y BPM, levantar información de las unidades productivas de los productores asociados	Mayor cumplimien to en requerimie ntos comerciale s para presentars e como proveedore s de panela		Adopción y Manejo de BPA por parte de productor es de la zona.	Adopción y Manejo de BPM por parte de productores de la zona.	Preparar a la asociación y los socios para la comercializa ción de panela en mercados formales, con el fin de que los ingresos de la comercializa ción sean para los productores mas no para intermediario s



Información del sector							
Formulación proyecto de 80 cubiertas para trapiches año 2026 en el departamento de Risaralda	Proyectos formulados	Trapiches mejorados	Cumplimiento con la resolución 779 del 2006	Disminución de ruido y calor hacia el medio ambiente	Continuidad en la producción, mayor inocuidad del alimento	Unidades productivas mejoradas	Cumplir con la resolución 779 del 2006
Mejoramiento de eficiencia de hornillas en el Departamento del Tolima	Número de hornillas mejoradas	1 hornilla mejorada	Mejorar ingresos por mayores disminuciones de costos de producción	Disminución consumo de combustible adicional al bagazo en un 95%.	Mejora de la capacidad de producción en un 50% y la eficiencia en un 5%.	Transferencia técnica demostrativa en la zona	Mejorar la competitividad

Acciones estratégicas

Boyacá

- En articulación con la Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (FINAGRO), se coordinaron jornadas de educación financiera dirigidas a organizaciones campesinas.
- Se revisó el informe de colocación de crédito 2025, identificando que Santana, Chitaraque y San José de Pare concentran la mayor inversión en caña y panela del departamento.
- Se suscribió un convenio con la Alcaldía de Chitaraque para fortalecer la asistencia técnica durante 10 meses, mediante la contratación de un profesional para acompañamiento en campo.

Caldas

- Reunión con la dirección regional de Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario para proyectar capacitaciones en finanzas, microfinanzas y acceso a crédito.
- Participación en proyecto de investigación con la Universidad de Caldas, orientado a la adaptación de un modelo de eficiencia térmica en Riosucio, Supía y Samaná.

Cundinamarca

- Apoyo al proyecto de control biológico de *Diatraea* liderado por la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC).
- Inicio de articulación con la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR) para fortalecer la implementación del proyecto NAMA Panela en unidades productivas.

Nariño



- Presentación de ajuste por más de \$2.600 millones para complementar proyecto financiado por el Sistema General de Regalías (SGR).
- Gestión de proyecto con la Alcaldía de Ricaurte por más de \$10.000 millones en beneficio del sector panelero.
- Ajuste de propuesta presentada con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y asesores de Presidencia, a la espera de aprobación e implementación con Fedepanela como socio implementador.
- Gestión ante Corporación Autónoma Regional de Nariño (Corponariño) para facilitar permisos de vertimientos y acompañar reclamaciones y autodeclaraciones.
- Acompañamiento a la asociación ASEPPAS.

Norte de Santander

- Apoyo técnico y comercial a la organización COOINCAPRO para garantizar su permanencia en el programa de compras públicas en Norte de Santander y Cesar.

Santander

- Trabajo articulado en la Mesa Técnica Agroclimática (MTA), programando capacitaciones y divulgando información agroclimática a productores de caña y panela.

Risaralda

- Inscripción de 40 trapiches en la plataforma del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), cumpliendo requisitos técnicos y sanitarios para fortalecer la inocuidad y trazabilidad.

Tolima

- Acompañamiento a agro empresas en fortalecimiento comercial y gestión de nuevos mercados, especialmente en el canal HORECA.

Valle del Cauca

- Inicio del proyecto BPIN 2025003760003-SGR: "Implementación de herramientas integrales para el mejoramiento de la eficiencia, productividad, sostenibilidad y competitividad del sector panelero tradicional – etapa 1", en articulación con la Universidad del Valle. La iniciativa beneficiará a 15 asociaciones en 12 municipios, mediante transferencia tecnológica, fortalecimiento organizacional, asistencia técnica especializada y estrategias de comercialización para acceso a mercados formales.

Dificultades Identificadas

- Escasez de mano de obra, lo que retrasa las labores agrícolas y reduce la eficiencia productiva.
- Mayor incidencia de plagas como *Diatraea spp.*, salivazo y hormiga loca, afectando la sanidad del cultivo y los niveles de productividad.
- Disminución de rendimientos por hectárea, tanto en toneladas de caña como en producción de panela, con impacto directo en la rentabilidad.
- Baja inversión en modernización tecnológica de trapiches y persistencia de altos niveles de informalidad en el subsector panelero.
- Durante el primer trimestre de 2026 en el Departamento de Antioquia se registró una caída en el precio de la panela, ubicándose entre los más bajos a nivel nacional. Esta situación obedece a la sobreoferta y a la elaboración de panela adulterada mediante la adición de azúcar, lo que distorsiona el mercado.



- En Cundinamarca se presenta inestabilidad en la oferta, generando fluctuaciones semanales de precios según el tipo de mercado. Las afectaciones invernales (especialmente en febrero) y la menor disponibilidad de mano de obra han concentrado esfuerzos en cosecha y transformación, relegando labores de mantenimiento del cultivo. Esto ha reducido la capacidad productiva, incrementado costos y deteriorado la calidad de la panela, debido también a mayores problemas sanitarios y disminución en la calidad de los jugos.
- En Nariño se evidencia preocupación por la práctica del “derrite” de azúcar en trapiches. Aunque la cadena es mayoritariamente productora de caña, algunos transformadores que compran materia prima están adicionando azúcar a los jugos, afectando al resto del sector. En 8 de los 10 principales municipios productores se ha identificado esta práctica, generando incrementos atípicos en la producción (entre 30 % y 70 %). Se han adelantado capacitaciones y acciones de vigilancia y control de calidad para mitigar esta situación.
- En Valle del Cauca persisten desafíos estructurales asociados a la escasez de mano de obra rural y a problemas de seguridad en algunas zonas productoras, lo que limita la movilidad, incrementa costos operativos y afecta tanto las labores agrícolas como la comercialización.

Actividades del Objetivo específico 6.

Conformar la unidad de proyectos del fondo de fomento panelero como instrumento de gestión de recursos para el fomento y la diversificación de la producción panelera

Se está realizando el mapeo de los perfiles de proyectos existentes en las regiones, así como la identificación y consolidación de un listado de fuentes de financiación nacionales e internacionales para la postulación de iniciativas. De igual manera, se adelanta el seguimiento permanente a las convocatorias publicadas en las diferentes plataformas de cooperación internacional.

Adicionalmente, se proyecta la realización de un comité de gerencia con el fin de socializar el alcance de la Unidad de Proyectos de manera transversal a todos los programas de inversión del Fondo.

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de las actividades se ha evidenciado una participación activa y constante de los productores en los procesos de asistencia técnica, lo que demuestra un interés creciente por fortalecer sus capacidades, optimizar sus prácticas productivas y mejorar la competitividad del sector panelero. Este compromiso facilita la adopción de recomendaciones técnicas y la implementación de acciones orientadas a incrementar la productividad y la calidad del producto final.

No obstante, persisten retos importantes en los componentes técnicos y agronómicos, especialmente en el manejo integral del cultivo. Se observa un uso excesivo de pesticidas para el control de plagas como *Diatraea spp.* y la hormiga melera, práctica que puede generar impactos negativos tanto ambientales como económicos. Entre estos efectos se incluyen el deterioro de la salud del suelo, la afectación de organismos benéficos, el riesgo de resistencia en las plagas y el incremento en los costos de producción.



En este contexto, se hace necesario continuar fortaleciendo la asistencia técnica con énfasis en estrategias de manejo integrado de plagas, promoviendo alternativas de control biológico y prácticas agronómicas sostenibles que permitan reducir la dependencia de agroquímicos, proteger el entorno y mejorar la rentabilidad de los productores.

Por otra parte, el sector panelero enfrenta desafíos estructurales que trascienden el ámbito técnico-productivo. La inestabilidad de precios, la sobreoferta en algunas regiones, las prácticas de adulteración, la informalidad, la baja tecnificación, la variabilidad climática y la escasez de mano de obra están afectando la sostenibilidad económica de los productores. Estas condiciones generan presión sobre los costos, disminuyen la rentabilidad y afectan la calidad del producto.

3. PROGRAMA DE ACOMPAÑAMIENTO SOCIO EMPRESARIAL INFORME GESDTIÓN PRIMER TRIMESTRE 2026

Introducción

El programa se sustenta en el marco jurídico establecido por la Ley 101 de 1993, específicamente en el Artículo No. 31, ítem 6, que dispone la creación de programas económicos, sociales y de infraestructura destinados a beneficiar al subsector panelero. Asimismo, se apoya en la Ley 40 de 1990, cuyo propósito principal es la protección y el desarrollo de la producción panelera en Colombia.

Es importante resaltar que el 95% de las actividades relacionadas con la panela son realizadas por pequeños productores. Estos actores requieren un acompañamiento profesional orientado a fortalecer los aspectos socio empresariales, lo cual constituye la base para el desarrollo sostenible de propuestas y negocios que generen alto impacto económico y social dentro del subsector. El fortalecimiento de estos aspectos resulta esencial para crear escenarios de formalidad tanto asociativa como empresarial.

La formalidad y consolidación del capital social en el sector panelero se fundamenta en la participación activa de productores, mujeres, jóvenes, asociaciones y trabajadores. Este tejido social es clave para promover el sentido de pertenencia y el compromiso necesarios para alcanzar los objetivos establecidos en la Ley 101 de 1993, la Ley 40 de

1990 y la Ley 2005 de 2019. Todas estas normativas tienen como fin último mejorar la cadena productiva de la caña y la panela, así como la calidad de vida de los productores involucrados en dicha cadena.

También el Programa de Acompañamiento Socio Empresarial se alinea con el Plan Nacional de Desarrollo 2022 – 2026 Colombia Potencia Mundial de la Vida en los siguientes Ejes de Transformación:

- 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



el presente programa financiado por el Fondo de Fomento Panelero tiene como propósito fortalecer los procesos de asociatividad panelera, promover la integración y el relevo generacional, garantizar el empoderamiento y la participación decisoria de las mujeres productoras, y avanzar en la formalización laboral y en la mejora de las condiciones de seguridad y salud en el trabajo, como pilares fundamentales para la transformación del subsector panelero en 8 departamentos estratégicos del país.

La intervención propuesta contribuirá a dinamizar las capacidades colectivas de los actores paneleros, facilitará procesos de innovación social y productiva, y fomentará entornos más justos, equitativos y seguros para quienes viven de la panela. Así mismo, se alinea con los objetivos del desarrollo rural integral, el enfoque territorial y las políticas públicas orientadas al fortalecimiento de las economías campesinas y al cierre de brechas estructurales en el campo colombiano.

Este programa responde a la necesidad de construir un subsector panelero más competitivo, inclusivo y sostenible, capaz de responder a las exigencias del mercado, conservar su identidad cultural y generar condiciones de bienestar para las generaciones presentes y futuras.

El programa de acompañamiento socio empresarial se regionaliza teniendo en cuenta los departamentos con alta presencia de pequeños productores, pago de la cuota de FFP, presencia de procesos asociativos significativos, envejecimiento de la población, como elementos clave para la selección de los siguientes departamentos: Antioquia, Boyacá, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Huila, Nariño, Tolima

Proceso de Selección de Beneficiarios

Desde el año 2017, el Programa FFP ha implementado un proceso sistemático para la identificación y selección de beneficiarios con el fin de garantizar un acompañamiento socioempresarial efectivo y sostenido. A continuación, se describen las etapas que conforman este proceso:

1. Identificación de Grupos Productivos:

El primer paso consiste en la identificación de asociaciones y cooperativas de productores/as en los departamentos donde el FFP tiene presencia. Este proceso se realiza a través de un trabajo de campo liderado por el equipo técnico y social del programa, el cual permite reconocer:

- * Asociaciones y cooperativas de productores/as de panela y sus subproductos.
- * Emprendimientos liderados por jóvenes y mujeres vinculados a estos procesos.
- * Iniciativas emergentes de agroturismo panelero.

Esta fase permite establecer un mapeo territorial actualizado de actores potencialmente beneficiarios.

2. Registro en Redes Temáticas:

Una vez identificados, se invita a los grupos productivos y emprendimientos a registrarse voluntariamente en alguna(s) de las siguientes redes, según su perfil:

- Red de Asociaciones
- Red de Mujeres
- Red de Juventud

El registro en estas redes constituye la línea base para la implementación de las cinco estrategias del Programa de Acompañamiento Socio Empresarial del FFP.

3. Contacto y Convocatoria:



El equipo de profesionales sociales del programa establece contacto directo con los grupos registrados para:

- Explicar los objetivos, componentes y compromisos del programa.
- Invitar formalmente a participar en el proceso de acompañamiento anual.

En el caso de nuevos beneficiarios, es requisito manifestar su compromiso de participación activa durante el año calendario.

4. Continuidad de Beneficiarios Antiguos

Para asociaciones o emprendimientos que han sido parte del programa en ciclos anteriores, se requiere:

- Una solicitud formal de continuidad, por parte de los representantes del grupo.
- Evaluación del cumplimiento de metas establecidas en el plan de trabajo conjunto.
- * Valoración de los resultados alcanzados en función del fortalecimiento socioempresarial.

Solo aquellos que demuestren avances significativos o compromiso renovado son admitidos para continuar en el proceso.

5. Aprobación e Inclusión Formal

Una vez cumplidos los requisitos, los grupos y emprendimientos seleccionados son incluidos formalmente en el programa como beneficiarios activos para el ciclo correspondiente. Esto les da acceso a las estrategias de fortalecimiento y acompañamiento previstas en el FFP.

Este proceso busca asegurar que los recursos y esfuerzos del FFP se orienten hacia actores comprometidos y con potencial de desarrollo, fomentando la inclusión, equidad de género, participación juvenil y sostenibilidad de los emprendimientos paneleros.

Objetivo General del Programa de Acompañamiento Socio Empresarial

Fortalecer el desarrollo sostenible e inclusivo del subsector panelero en ocho departamentos productores de panela mediante el impulso a la asociatividad de 50 empresas asociativas, el empoderamiento y la participación decisoria de las mujeres productoras en 120 emprendimientos, la integración generacional a través de la promoción de 68 emprendimientos juveniles y 10 alianzas de escuela panela y la sensibilización en formalización laboral y mejora de las condiciones de seguridad y salud en el trabajo en 40 pilotos en unidades productivas.

Objetivos Específicos

1. Fomentar el fortalecimiento de la asociatividad en el subsector panelero, en 50 empresas asociativas, promoviendo la colaboración, la formalización y la construcción de capital social entre los productores, con el fin de mejorar su competitividad, sostenibilidad y calidad de vida.
2. Fortalecer la visibilidad y el empoderamiento de las mujeres productoras del subsector panelero, promoviendo su reconocimiento, participación y liderazgo en 120 emprendimientos, con el fin de contribuir a la igualdad de género y al desarrollo sostenible del sector.
3. Fomentar la participación y el liderazgo de las nuevas generaciones de 68 emprendimientos paneleros, mediante la implementación de programas de formación, sensibilización y apoyo que aseguren la continuidad, innovación y sostenibilidad de la actividad a largo plazo.



4. Desarrollar en alianza con el sector educación la propuesta de Escuela Panela en 10 colegios rurales ubicados en zonas paneleras.
5. Implementar procesos de sensibilización y formalización laboral en 40 pilotos conforme a la normatividad vigente y de Seguridad y Salud en el Trabajo - SGSST en el subsector panelero.

Ubicación Geográfica

El programa de acompañamiento Socio empresarial se desarrolla en 8 departamentos que son Antioquia, Boyacá, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Huila, Nariño y Tolima.

Cuadro de indicadores de gestión 2026



CONCEPTO	INDICADOR	META ANUAL	CUMPLIMIENTO AL CORTE				% CUMP. 2025
			TRI - I	TRI - II	TRI - III	TRI - IV	
Fomentar el fortalecimiento de la asociatividad en el subsector panelero, en 50 empresas asociativas, promoviendo la colaboración, la formalización y la construcción de capital social entre los productores, con el fin de mejorar su competitividad, sostenibilidad y calidad de vida.	16 nuevas organizaciones formadas o constituidas	16					
	• 90% anual de Tasa de retención de organizaciones existentes (años consecutivos activas).	50	50				100%
	• Identificación del ≥25% de mujeres, ≥10% de jóvenes y ≥50% de otros actores que representan Diversidad de actores formados en la organización	50	50				100%
	Aplicación metodología índice competencias organizacionales (ICO) línea base - ICO final	50	50				100%
	• 16 alianzas o convenios firmados con actores clave (gobierno, privado, ONG):	16	2				32%
	•70% de las 50 asociaciones participan en al menos 2 encuentros anuales virtuales o presenciales	50					
	•95% de organizaciones con personería jurídica o registro formal vigente	50					
	•50% de productores asociados con información y/o acceso a beneficios formales (programas públicos).	50	10				20%
	•9-12 meses desde inicio del proceso como tiempo promedio para la formalización de 16 nuevas organizaciones.	16					
	• Incremento de al menos 15 puntos en una escala 0-100, al año en el Índice de confianza entre asociados (med cualitativa/cuantitativa) antes y después del programa	50	50				100%
	•30 acuerdos de gobernanza implementados (reglamentos, estatutos, códigos de conducta)	30					
	• 25 ventas colectivas y valor agregado a través de Acceso a mercados	25					
	•≥50% de productores involucrados en este programa participan en capacitaciones en desarrollo humano y gestión de riesgos	100	20				10%
	•100% de planes de acción con responsables y actividades.	50	50				100%
	8 Informes finales de la intervención	8					
Fortalecer la visibilidad y el empoderamiento de las mujeres productoras del subsector panelero, promoviendo su reconocimiento, participación activa y liderazgo en 120 emprendimientos, con el fin de contribuir a la igualdad de género y al desarrollo sostenible del sector.	Identificación de 120 Emprendimientos/ideas innovadoras originadas por mujeres con planes de trabajo	120	120				100%
	aumentar al 20% de mujeres productoras visibles en eventos y espacios de decisión	120					
	Subir a 15% la proporción de mujeres en puestos de toma de decisiones (liderazgo en sus organizaciones)	120					
	10 iniciativas anuales de participación lideradas por mujeres.	10					
	20% de participantes certificadas en liderazgo (capacitaciones y certificaciones)	34					
	30% de beneficiarias con Información y/o acceso a recursos y servicios para mujeres.	140					
	10% de incremento en ventas en ferias/plataformas valor de ventas agregadas de los emprendimientos femeninos.	8					
	10% de Incremento en productividad de emprendimientos liderados por mujeres.	120					
	Establecer 8 alianzas con organizaciones de mujeres y ONGs	8					
	2 monitoreos al año para evaluar avances.	240					
	8 Informes finales de la intervención	8					
Fomentar la participación activa y el liderazgo de las nuevas generaciones de 68 emprendimientos paneleros, mediante la implementación de programas de formación, sensibilización y apoyo que aseguren la continuidad, innovación y sostenibilidad de la actividad a largo plazo	Identificación de 68 Emprendimientos/ideas innovadoras originadas por jóvenes con acompañamiento y planes de trabajo	68	68				100%
	27% de jóvenes ≤ 29 años involucrados en el programa.	68	68				
	90% Tasa de retención de jóvenes en el programa en 1 año	68					
	80 personas Participantes en formaciones dirigidas a jóvenes 80 capacitaciones/año.	80	20				
	30 jóvenes tienen Acceso a mentoring/pasantías	30					
	≥70% de las Iniciativas y emprendimientos juveniles se mantienen activas tras 10 meses:	68					
	10% de Incremento en ingresos/productividad de proyectos liderados por jóvenes.	68					
	50% de Diversidad de actores jóvenes (sexo, etnias): equilibrio de género y representación de minorías establecida en los emprendimientos seleccionados.	68					
	2 monitoreos al año para evaluar avances.	136					
	8 Informes finales de la intervención	8					
Desarrollar en alianza con el sector educación la propuesta de Escuela Panela en 10 colegios rurales ubicados en zonas paneleras	10 alianzas constituidas	10	10				100%
	10 planes de trabajo implementados en un 90%	10	10				100%
	50 reuniones de seguimiento	50	10				20%
	50 capacitaciones de Habilidades y competencias para el emprendimiento	50	10				20%
	8 informes finales de intervención	8					
Implementar procesos de sensibilización y formalización laboral en 40 pilotos conforme a la normatividad vigente y de Seguridad y Salud en el Trabajo - SGSST en el subsector panelero.	40 pilotos identificados con diagnóstico	40	20				50%
	40 planes de trabajo diseñados y socializados	40	20				50%
	40 reuniones de seguimiento a los Planes de trabajo	40					
	10 talleres departamentales en sensibilización en formalización laboral y SST	64	2				
	8 Informes de intervención de los pilotos de sensibilización en formalización laboral y SST	8					



Componentes de programa

Objetivo 1

Fomentar el fortalecimiento de la asociatividad en el subsector panelero, en 50 empresas asociativas, promoviendo la colaboración, la formalización y la construcción de capital social entre los productores, con el fin de mejorar su competitividad, sostenibilidad y calidad de vida.

Se busca con este objetivo transformar el tejido social y productivo del subsector panelero mediante la intervención en 50 empresas asociativas. El objetivo central es transitar de un modelo de producción individual y atomizado hacia un esquema de economía de escala colaborativa, donde la formalización y el capital social sean los motores de la competitividad y la mejora real en la calidad de vida de las familias productoras.

1. Eje de Fortalecimiento y Permanencia Organizacional

La sostenibilidad de una asociación no depende solo de su creación, sino de su capacidad para retener a sus miembros y renovar sus liderazgos.

- **Tasa de Retención Organizacional:** Se establece una meta del **90% anual** de permanencia de las organizaciones en el programa. La continuidad es el indicador clave de que la asociación está generando valor real para sus socios.
- **Inclusión y Relevo Generacional:** Para garantizar la vitalidad del sector, se implementarán criterios de diversidad en los procesos de formación:
 - **Mujeres:** 25% de participación, reconociendo su rol crítico en la transformación y administración.
 - **Jóvenes:** 10% enfocados en el relevo generacional y la adopción de nuevas tecnologías.
 - **Otros actores:** 50% asegurando una representación integral de la cadena de valor.

2. Colaboración y Alianzas Estratégicas

Una asociación aislada tiene un techo de crecimiento bajo. La colaboración interinstitucional es la que permite el escalamiento.

- **Gestión de Alianzas:** Se proyecta la firma de 16 convenios o alianzas estratégicas con actores del sector público, privado y ONGs.
- **Hito Inicial:** Para dinamizar el proyecto, se ejecutarán 2 alianzas estratégicas durante el primer trimestre, sentando las bases de cooperación temprana.

3. Formalización y Acceso a Beneficios

La formalización no es solo un trámite legal, es la "llave de entrada" a la oferta institucional del Estado y a mercados de exportación.

- **Cierre de Brechas de Información:** El programa impactará al 50% de los productores asociados, facilitando su acceso a beneficios formales y programas públicos de fomento.
- **Meta de Socialización:** Como paso inicial, 20 personas clave por organización recibirán capacitación dirigida sobre trámites legales, normatividad sanitaria y beneficios tributarios.

4. Construcción de Capital Social

El capital social es el "pagamento" de la asociación. Sin confianza, los acuerdos comerciales y productivos suelen fracasar.



- **Medición del Índice de Confianza:** Se busca un incremento de al menos **15 puntos** (en una escala de 0 a 100) en la percepción de confianza entre asociados.
- **Metodología:** Se aplicará un instrumento de medición (encuesta de diagnóstico social) antes y después de la intervención en una muestra representativa para validar el impacto de las actividades de cohesión grupal.

5. Competitividad y Calidad de Vida

Buscamos productores exitosos, pero sobre todo, seres humanos integrales y resilientes.

- **Desarrollo Humano y Gestión de Riesgos:** Más que técnica productiva, el programa se enfoca en la persona. Al menos el **50% de los productores** participará en formación sobre:
 - Liderazgo y comunicación asertiva.
 - Gestión de riesgos climáticos y financieros.
 - Seguridad y salud en el trabajo rural.

6. Seguimiento, Rendición de Cuentas y Control de Gestión

Para asegurar que los recursos se traduzcan en resultados, se implementará un sistema de monitoreo riguroso.

- **Evaluación ICO (Índice de Capacidad Organizacional):** Se aplicará esta herramienta al **100% de las asociaciones** participantes con una frecuencia semestral (2 veces al año). Esto permite medir la madurez administrativa, financiera y comercial de cada entidad.
- **Planes de Acción Operativos:** Cada asociación contará con un plan de trabajo donde el **100% de las actividades** tendrá un responsable asignado y cronogramas definidos. No basta con planear; es imperativo ejecutar con trazabilidad.

Objetivo 2

Fortalecer la visibilidad y el empoderamiento de las mujeres productoras del subsector panelero, promoviendo su reconocimiento, participación activa y liderazgo en 120 emprendimientos, con el fin de contribuir a la igualdad de género y al desarrollo

Institucionalizar el rol de la mujer en la cadena de valor de la panela, transitando de una labor tradicionalmente invisible a un liderazgo empresarial efectivo. El programa busca que 120 mujeres no solo produzcan, sino que lideren, innoven y decidan sobre el destino económico de sus emprendimientos.

1. Eje de Competitividad: De la Idea al Modelo de Negocio

La competitividad no es solo vender más, es vender mejor. Para este componente, hemos estructurado la identificación y el desarrollo de los 120 emprendimientos bajo tres pilares:

A. Identificación y Diagnóstico de Innovación

Se han mapeado 120 unidades productivas e ideas de negocio lideradas por mujeres, clasificándolas según su potencial de impacto en el mercado. No se trata solo de producir bloques de panela, sino de explorar nuevas fronteras:

- **Panela Pulverizada y Saborizada:** Frutas exóticas, especias y presentaciones tipo *on-the-go*.
- **Subproductos Derivados:** Desarrollo de mieles, melazas para uso cosmético y productos de repostería gourmet.
- **Certificaciones de Nicho:** Enfoque en sellos de "Comercio Justo" y "Producto de Origen Femenino".



B. Diseño de Planes de Trabajo Personalizados

Cada uno de los 120 emprendimientos cuenta con una hoja de ruta técnica que incluye:

- **Análisis de Factibilidad:** Evaluación de costos de producción vs. precios de mercado.
- **Plan de Acción Técnico:** Mejora de procesos de limpieza, clarificación y moldeo.
- **Estrategia Comercial:** Identificación de canales de venta directos (mercados orgánicos, ferias locales, ventas digitales).

El empoderamiento económico de la mujer rural es el multiplicador más eficiente para reducir la pobreza: cuando una mujer del campo prospera, su familia y su comunidad progresan con ella."

Objetivo 3

Fomentar la participación activa y el liderazgo de las nuevas generaciones de 68 emprendimientos paneleros, mediante la implementación de programas de formación, sensibilización y apoyo que aseguren la continuidad, innovación y sostenibilidad de la actividad a largo plazo.

el Objetivo de Relevancia Generacional y Transformación Productiva, enfocándose en el arraigo rural y la modernización del sector a través de 68 emprendimientos juveniles.

El futuro del subsector panelero depende de su capacidad para atraer y retener el talento joven. Este programa no solo busca la continuidad de la tradición, sino la ruptura de brechas tecnológicas y comerciales a través del liderazgo de las nuevas generaciones. Se centra en convertir el trapiche en una empresa dinámica, atractiva y sostenible para los jóvenes de hasta 29 años.

1. Eje de Participación, Liderazgo y Arraigo

Para asegurar que el campo sea una opción de vida viable, el programa establece indicadores de impacto social profundo:

- **Inclusión Generacional:** Se garantiza que el 27% de los participantes activos del programa sean jóvenes menores de 29 años, integrándolos en los niveles de toma de decisiones de las asociaciones.
- **Tasa de Retención (90% Anual):** Más que atraer jóvenes, el reto es mantenerlos. Una meta de retención del 90% indica que el programa ofrece incentivos reales que compiten con la migración a las ciudades.
- **Liderazgo Emergente:** Fomento de "Cuadros Directivos Juveniles" dentro de las organizaciones existentes para asegurar una transición de mando fluida y moderna.

2. Formación Integral y Desarrollo de Capacidades

La capacitación se aleja del modelo tradicional para enfocarse en una Escuela de Formación Dual

Intensidad Educativa: La meta es alcanzar 80 sesiones de formación y sensibilización al año. Estas sesiones no son solo teóricas; incluyen días de campo, talleres de "aprender haciendo" y mentorías.

- **Estado de Avance:** A la fecha, se han ejecutado con éxito 20 sesiones, lo que representa un cumplimiento del 25% de la meta anual. Estas primeras sesiones han sentado las bases en temas de asociatividad y fundamentos técnicos.
- **Áreas Curriculares:**
 - Agrotecnología y agricultura de precisión.



- Marketing digital y comercio electrónico para productos agroindustriales.
- Habilidades blandas: Oratoria, negociación y resolución de conflictos.

3. Sensibilización y Ecosistema de Innovación

Este eje actúa como una incubadora de negocios para los 68 emprendimientos identificados, transformando ideas en modelos de negocio escalables.

- **Identificación y Diagnóstico:** Se han consolidado 68 ideas innovadoras lideradas por jóvenes. Cada una cuenta con un diagnóstico inicial y un potencial diferenciador en el mercado.
- **Acompañamiento Técnico y Planes de Trabajo:** El programa no entrega capital semilla sin guía. Cada emprendimiento dispone de un plan de trabajo estructurado que incluye

Al finalizar el ciclo, estos 68 emprendimientos deben actuar como faros de modernización, demostrando a otros jóvenes que la producción de panela es un negocio rentable, digno y con alto potencial de exportación e innovación.

Objetivo 4

Desarrollar en alianza con el sector educación la propuesta de Escuela Panela en 10 colegios rurales ubicados en zonas paneleras

El proyecto "Escuela Panela" busca cerrar la brecha entre la educación formal y la realidad productiva del campo.

Establecer un modelo de formación integral en **10 instituciones educativas rurales**, integrando el conocimiento técnico, la cultura panelera y el espíritu emprendedor en el currículo escolar. El propósito es que los estudiantes vean en la panela una opción de vida profesional digna, rentable y tecnificada.

1. Alianzas Estratégicas y Articulación Institucional

La sostenibilidad de la "Escuela Panela" se fundamenta en la unión de esfuerzos entre el sector productivo y el académico.

- **Constitución de Alianzas:** Se han formalizado 10 convenios de colaboración con rectores, consejos directivos y autoridades educativas locales. Estas alianzas permiten:
 - El uso de infraestructura escolar para parcelas demostrativas.
 - La validación de horas de servicio social en proyectos paneleros.
 - La alineación de los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) con las necesidades del sector rural.

2. Implementación de Planes de Trabajo Académico-Productivos

Cada una de las 10 escuelas cuenta con una hoja de ruta técnica que articula la teoría con la práctica en el trapiche.

- **Nivel de Ejecución:** Los planes de trabajo registran un 90% de implementación, lo que significa que el modelo ya es operativo en las aulas y laboratorios.
- **Componentes del Plan:**
 - Adaptación curricular en áreas de ciencias naturales y gestión empresarial.
 - Montaje de unidades productivas a pequeña escala dentro de las instituciones.
 - Intercambios de saberes entre productores veteranos y estudiantes.

3. Gobernanza, Monitoreo y Seguimiento



Para garantizar que el programa mantenga su calidad y pertinencia, se ha establecido un sistema de seguimiento riguroso.

- **Ciclo de Reuniones:** La meta total es de 50 reuniones de seguimiento técnico durante el ciclo del programa (5 por escuela).
- **Avance Trimestral:** Durante este periodo se ejecutaron 10 reuniones estratégicas, logrando:
 - Identificar cuellos de botella en el uso de materiales pedagógicos.
 - Ajustar cronogramas de prácticas de campo según los ciclos de cosecha.
 - Recoger retroalimentación directa de los docentes vinculados.

4. Desarrollo de Competencias y Cultura Emprendedora

El corazón del proyecto es transformar la mentalidad del estudiante de "productor" a "empresario rural".

- **Programa de Capacitación:** Se proyectan 50 talleres especializados en habilidades y competencias para el emprendimiento.
- **Hitos del Trimestre:** Se realizaron las primeras 10 capacitaciones, impactando directamente a la comunidad estudiantil en temas como:
 - **Pensamiento Innovador:** Diseño de nuevos productos derivados de la caña.
 - **Finanzas Rurales:** Estructuración de costos y ahorro.
 - **Liderazgo Colaborativo:** Trabajo en equipo bajo modelos asociativos.

Objetivo 5

Implementar procesos de sensibilización y formalización laboral en 40 pilotos conforme a la normatividad vigente y de Seguridad y Salud en el Trabajo - SGSST en el subsector panelero.

- Identificación de 40 pilotos de formalización laboral que implementen procesos de sensibilización en formalización laboral y seguridad y salud en el trabajo: Se realizaron 20 visitas para la realización de los diagnósticos
- Planes de trabajo de los 40 pilotos de sensibilización en formalización y SST: se diseñó y entrega el plan de trabajo a la Unidad productiva para su implementación. 20 planes de trabajo diseñados y socializados
- Talleres de capacitación en sensibilización en formalización laboral y SST: Se diseñaron los contenidos y se dictaron 2 talleres departamentales en sensibilización en formalización laboral y SST

4. SISTEMA DE INFORMACIÓN PANELERO (SIPA) INFORME GESTIÓN PRIMER TRIMESTRE 2026

Para el primer trimestre del año 2026 se han enfocado las acciones principalmente a dar continuidad al sistema de precios pagados al productor por Kg de panela, con la actualización semanal de los precios registrados para panelas corrientes y especiales en los departamentos de interés, así como el registro del precio del producto en plazas mayoristas y el precio en grandes superficies.

Se continuó con la difusión de la información contenida en el Sistema de Información Panelero (SIPA) mediante la participación en la reunión anual presencial de la Mesa de Estadísticas Agropecuarias, de la que Fedepanela es parte,



para conocer sobre el plan de trabajo de 2026, y hacer contacto con profesionales de la UPRA y el DANE para aclarar dudas sobre el envío de información que debe realizar el gremio.

De otro lado, con las proyecciones consolidadas para los datos departamentales del año 2025 para las variables de áreas, producción y rendimiento, se procedió a enviar la información preliminar a los profesionales de asistencia técnica para que inicien la recolección de información para el año 2026.

Por otra parte, se continuó el apoyo a asistencia técnica con la inspección y revisión de los polígonos e información registrada en la plataforma SIPA, revisando el correcto uso de la nomenclatura y georreferenciación adecuada, así como la consolidación de la base nacional de predios productores de caña panelera.

Finalmente, se continuó con el fortalecimiento del Sistema de Gestión Documental y el Sistema de Protección de Datos Personales del FFP, iniciando el proceso de contratación de las empresas que apoyarán este año los requerimientos de ambos programas, en base al nivel de madurez que han establecido.

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL PROYECTADA 1 TRIMESTRE 2026

PRESUPUESTO INICIAL	ACUERDOS Y TRASLADOS	PRESUPUESTO FINAL	PROYECTADO 1 TRIMESTRE	CUMPLIMIENTO TRIMESTRAL	CUMPLIMIENTO 1 TRIMESTRE	CUMPLIMIENTO ANUAL
\$ 551.433.740	0	\$ 551.433.740	\$ 121.511.318	113.250.000	93,20	20,54

METAS Y LOGROS 1 TRIMESTRE 202026

ACTIVIDAD	PROYECTADO 1 TRIMESTRE	EJECUTADO 1 TRIMESTRE	%
Actualización de la estadística panelera (Áreas, Rendimientos y Producción)	1Revisión final Áreas, rendimiento y producción 2025	1Revisión final Áreas, rendimiento y producción	100%
	13 archivos preliminares de áreas rendimiento y producción	13 archivos preliminares de áreas rendimiento y producción	
	13 archivos enviados al área técnica	13 archivos enviados al área técnica	
Actualización constante del sistema de información de precios.	13 informes de precios cada semana	13 informes de precios cada semana	100%
	12 consolidados de precios semanales	12 consolidados de precios semanales	
	3 consolidados de precios mensuales	3 consolidados de precios mensuales	
	12 boletines de precios semanales	12 boletines de precios semanales	
Fortalecimiento del sistema de información geográfico	procesamiento de 250 poligonos	procesamiento de 250 poligonos	100%
Actualización página web sipa	12 actualizaciones pagina web	12 actualizaciones pagina web	100%
Cumplimiento con el sistema de gestión documental y manejo de datos personales (ley de transparencia 1712 de 2014)	Contratacion asesoria del sistema de gestion documenta y datos personales	Contratacion asesoria del sistema de gestion documenta y datos personales	100%
Compra, actualización y mantenimiento de software y hardware.	Compra 8 computadores de escritorio	Compra 8 computadores de escritorio	100%
	Atencion por solicitud de incidentes	Atencion por solicitud de incidentes	100%
Mejoramiento plataforma web para el manejo de información fondo de fomento panelero.	contratacion mejoramiento plataforma SIR-FFP	contratacion mejoramiento plataforma SIR-FFP	100%
Operación plataforma	Plataforma en funcionamiento	Plataforma en funcionamiento	100%

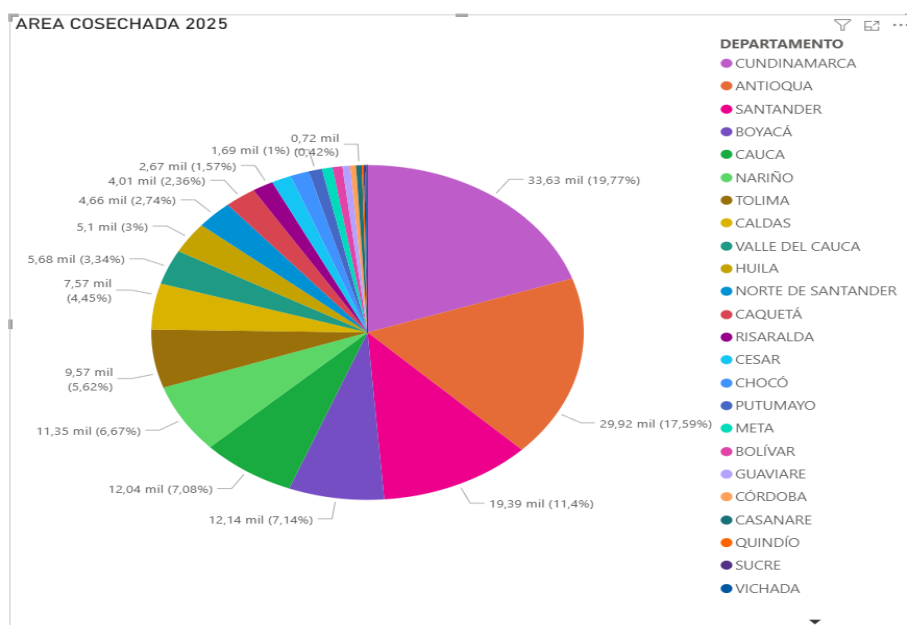
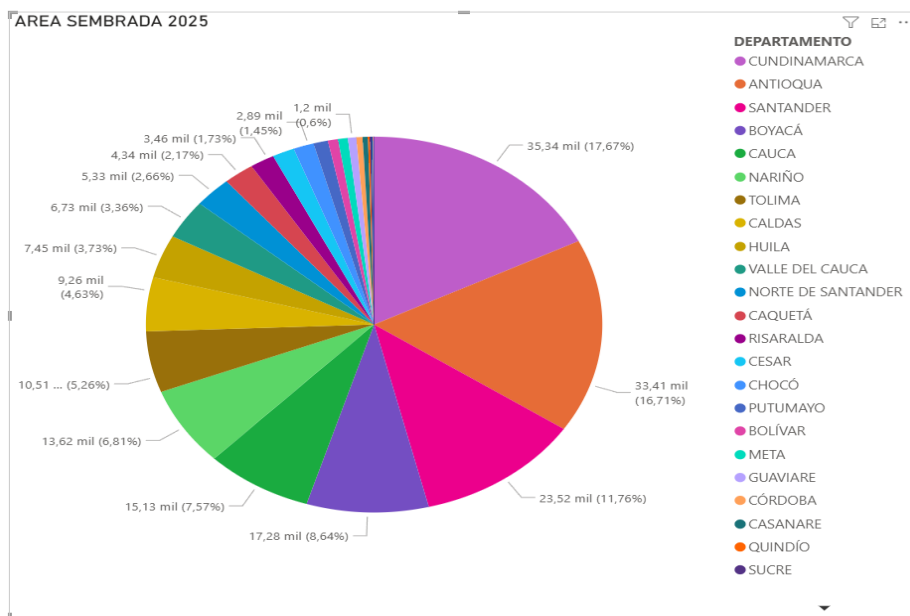
Objetivo Específico 1: Actualización de la estadística panelera (Áreas, Rendimientos y producción).

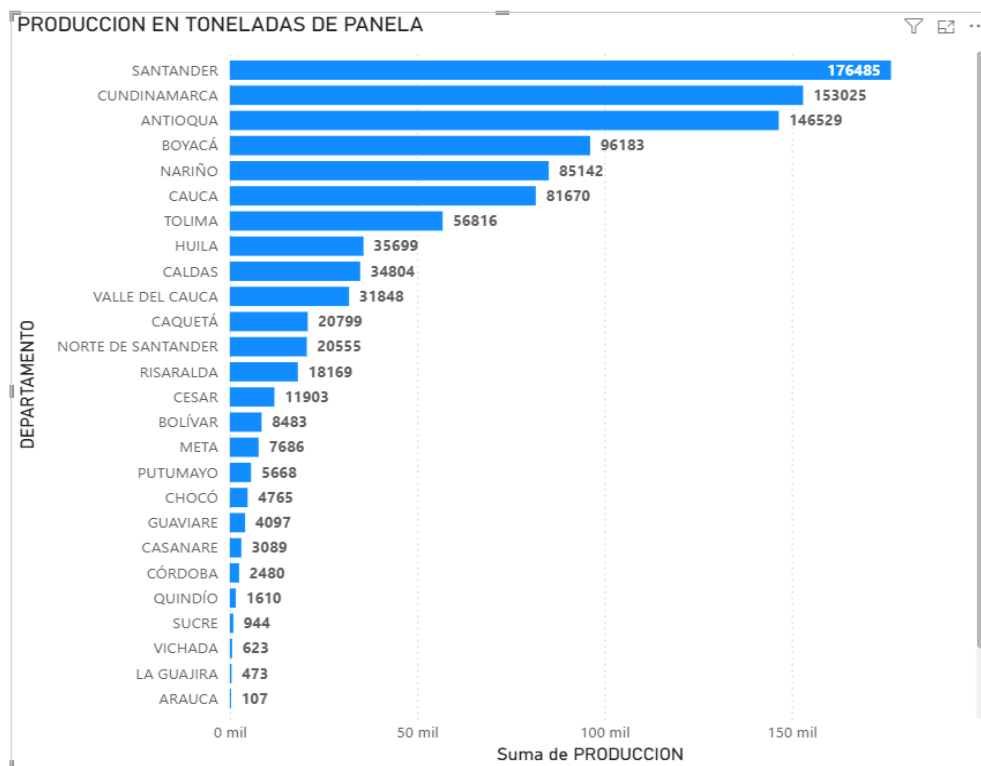


En este trimestre se consolidó la información preliminar para enviar a la asistencia técnica de Fedepanela-FFP, con el fin de iniciar la recolección de información de las variables de área sembrada, área cosechada, rendimiento y producción para el año 2026 para los 13 departamentos del país, en base a la información consolidada para 2025: área sembrada total de **199.965 hectáreas**, el área cosechada fue de **170.089 hectáreas**, con una producción total de **1.009.725 toneladas** de panela y un promedio de rendimiento de **5.94 toneladas** de panela por hectárea; en **29 departamentos** del país, cubriendo **562 municipios**.

Los datos consolidados por departamentos para 2025 se presentan a continuación:

DEPARTAMENTO	AREA SEMBRADA	AREA COSECHADA	PRODUCCION	RENDIMIENTO
AMAZONAS	14,70	12,48	39,29	3,15
ANTIOQUIA	33.412,97	29.917,50	146.529,12	4,90
ARAUCA	47,04	39,36	106,52	2,71
BOLÍVAR	1.433,52	1.243,20	8.483,03	6,82
BOYACÁ	17.278,67	12.139,34	96.183,33	7,92
CALDAS	9.261,81	7.566,02	34.803,71	4,60
CAQUETÁ	4.339,48	4.014,83	20.799,01	5,18
CASANARE	745,60	720,00	3.088,80	4,29
CAUCA	15.130,79	12.041,10	81.669,74	6,78
CESAR	3.133,06	2.516,88	11.903,39	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	35.339,06	33.631,78	153.024,59	4,55
GUAINÍA	3,92	2,88	17,28	6,00
GUAVIARE	1.196,58	996,48	4.096,58	4,11
HUILA	7.450,07	5.099,79	35.698,51	7,00
LA GUAJIRA	75,46	62,40	472,99	7,58
META	1.385,50	1.348,50	7.686,45	5,70
NARIÑO	13.617,06	11.352,32	85.142,40	7,50
NORTE DE SANTANDER	5.325,00	4.661,00	20.555,01	4,41
PUTUMAYO	2.058,00	1.693,44	5.668,16	3,35
QUINDÍO	271,46	235,60	1.610,24	6,83
RISARALDA	3.464,86	2.671,89	18.168,82	6,80
SANTANDER	23.520,00	19.394,00	176.485,40	9,10
SUCRE	230,30	192,00	943,82	4,92
TOLIMA	10.512,00	9.565,92	56.816,41	5,94
VALLE DEL CAUCA	6.727,42	5.679,32	31.847,74	5,61
VAUPÉS	10,00	4,00	16,48	4,12
VICHADA	201,88	168,00	623,39	3,71
TOTAL	199.965,09	170.089,07	1.009.725,17	5,94





Objetivo Específico 2: Actualización constante del sistema de información de precios.

Durante el 1 trimestre del año 2026, semanalmente se ha realizado la recolección de precios pagados por Kg de panela para panelas corrientes y especiales en los mercados regionales no formales del país, por parte del personal de asistencia técnica, para posterior análisis y procesamiento del área de sistemas, con el fin de generar los boletines semanales con la información consolidada y publicación en medios digitales para difusión de los interesados, lo incluye su publicación en la página web del SIPA.

Durante este periodo se recolectaron precios de 7 semanas con un total de 91 formatos de registros de precios en 13 departamentos del país de los cuales se han emitido 6 boletines, obteniendo como resultado los siguientes datos:



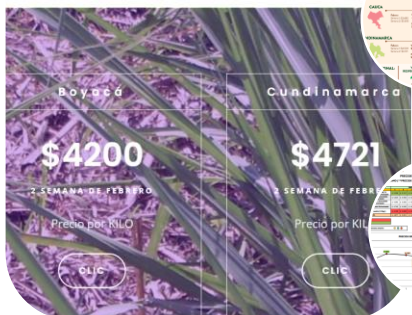
BOLETINES

Boletín Semanal: Segunda semana de febrero de 2026

Precios más representativos para la segunda semana de febrero comprendida entre los departamentos de Boyacá y Cundinamarca.
Precios regionales pagados al productor en la informalidad.



Actualización Semanal "SIPA"



Boletín Semanal Panelas Corrientes



Boletín Semanal Panelas Especiales

Precios pagados al productor por Kg de panela – Panelas corrientes

Según los datos recopilados, el comportamiento promedio semanal de los precios pagados al productor por kg de panela para panelas corrientes durante las primeras dos semanas de enero continuó el alza presentada en las últimas semanas de diciembre de 2025, llegando al valor máximo del año, presentado en la segunda semana, correspondiente a **\$4.674**, luego de lo cual comenzó un descenso constante hasta la primera semana de febrero, semana en la cual se presentó el valor menor del año, correspondiente a **\$4.404**, luego de lo cual se ha presentado una leve recuperación en el precio. La descripción de esta información se puede apreciar en la Gráfica 1.

Por otra parte, del análisis del comportamiento semanal de los precios a nivel nacional, se observa que el promedio anual aritmético hasta la 2 semana de febrero es de **\$ 4.547**. Los precios durante este periodo (enero y febrero) han tendido a una tendencia general a la baja.

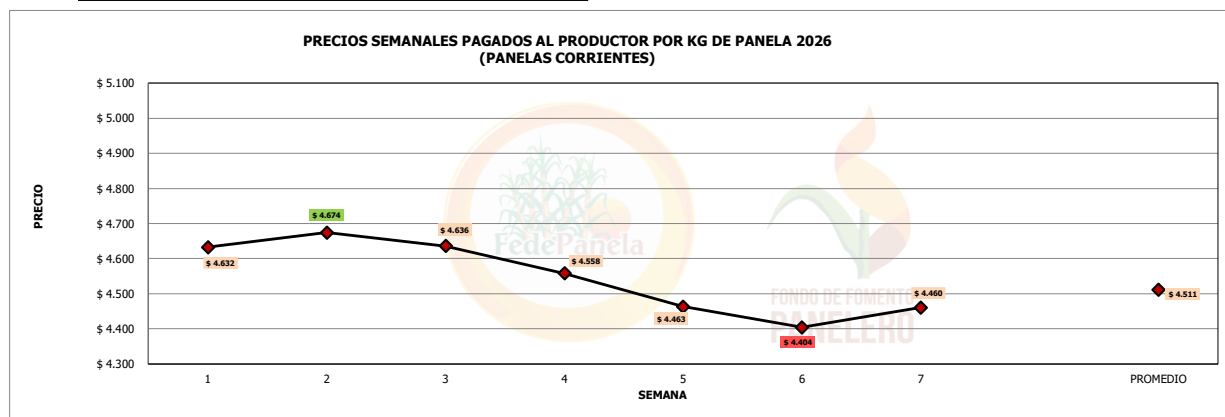
En lo corrido del año, los precios más elevados se han presentado en diferentes departamentos, durante las primeras semanas fue el departamento de Norte de Santander con los mayores precios tal y como se había presentado en las últimas semanas de 2025, a partir de la 4 semana de febrero, Caquetá presentó los mayores precios, y en la última semana reportada fue el departamento de Risaralda, tal y como se observa en la Gráfica 1.



MESES	ENERO					FEBRERO		Variación	PROMEDIO ANUAL
DEPARTAMENTO	1	2	3	4	5	1	2		
ANTIOQUIA	\$ 4.233	\$ 4.267	\$ 4.267	\$ 4.333	\$ 4.167	\$ 4.033	\$ 4.033	→\$ -	\$ 4.190
BOYACÁ	\$ 4.850	\$ 4.850	\$ 4.800	\$ 4.720	\$ 4.500	\$ 4.250	\$ 4.200	↓\$ 50	\$ 4.596
CALDAS	\$ 4.466	\$ 4.466	\$ 4.583	\$ 4.458	\$ 4.541	\$ 4.541	\$ 4.500	↓\$ 42	\$ 4.508
CAQUETÁ	\$ 5.022	\$ 5.012	\$ 5.012	\$ 5.012	\$ 5.062	\$ 4.952	\$ 4.772	↓\$ 180	\$ 4.978
CAUCA	\$ 4.200	\$ 4.320	\$ 4.380	\$ 4.480	\$ 3.730	\$ 3.680	\$ 3.630	↓\$ 50	\$ 4.060
CUNDINAMARCA	\$ 4.613	\$ 4.984	\$ 4.658	\$ 4.244	\$ 4.440	\$ 4.503	\$ 4.721	↑\$ 218	\$ 4.595
HUILA	\$ 4.200	\$ 4.200	\$ 4.450	\$ 4.450	\$ 3.883	\$ 3.416	\$ 4.133	↑\$ 717	\$ 4.104
NARIÑO	\$ 4.067	\$ 3.933	\$ 4.000	\$ 4.067	\$ 4.100	\$ 4.200	\$ 3.867	↓\$ 333	\$ 4.033
NORTE DE SANTANDER	\$ 5.416	\$ 5.639	\$ 5.139	\$ 4.750	\$ 4.194	\$ 4.139	\$ 4.416	↑\$ 278	\$ 4.813
RISARALDA	\$ 5.035	\$ 5.035	\$ 4.972	\$ 4.972	\$ 4.972	\$ 4.903	\$ 4.903	→\$ -	\$ 4.970
SANTANDER	\$ 4.833	\$ 4.800	\$ 4.733	\$ 4.667	\$ 4.667	\$ 4.350	\$ 4.300	↓\$ 50	\$ 4.621
TOLIMA	\$ 4.722	\$ 4.250	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.118	\$ 4.288	\$ 4.472	↑\$ 185	\$ 4.369
VALLE DEL CAUCA	\$ 4.716	\$ 4.731	\$ 4.761	\$ 4.761	\$ 4.875	\$ 4.875	\$ 4.894	↑\$ 19	\$ 4.802
PROMEDIO NACIONAL	\$ 4.632	\$ 4.674	\$ 4.636	\$ 4.558	\$ 4.463	\$ 4.404	\$ 4.460	↑\$ 57	\$ 4.547

PRECIO MENOR SEMANAL	
PRECIO MAYOR SEMANAL	

Variación de precios respecto a la semana anterior



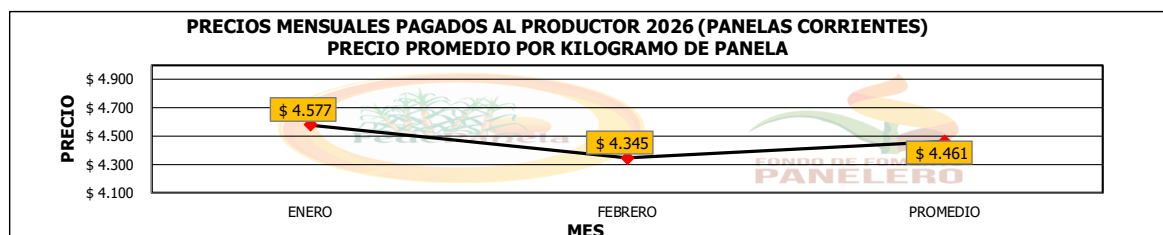
FUENTE : Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística certificada por el DANE N° CI 041 - 192 de 31 de diciembre de 2014

Gráfica 1. Precios semanales pagados al productor 2026 - Panelas Corrientes **Panelas Corrientes sin Empaque Individual.

De otro lado, del análisis del comportamiento de los precios mensuales, se observa que en enero se registró un valor promedio de **\$4.577** y hasta la segunda semana de febrero se registró un valor de **\$4.461**, esto representa una disminución de **232 pesos** y el **5,07%** en lo transcurrido del año, tal y como se presenta en la Gráfica 2.



Departamento	ENERO	FEBRERO	PROMEDIO
Antioquia	4.253	\$ 4.033	\$ 4.143
Boyacá	4.744	\$ 4.225	\$ 4.485
Caldas	4.503	\$ 4.521	\$ 4.512
Caquetá	5.024	\$ 4.862	\$ 4.943
Cauca	4.222	\$ 3.655	\$ 3.939
Cundinamarca	4.588	\$ 4.612	\$ 4.600
Huila	4.236	\$ 3.775	\$ 4.005
Nariño	4.033	\$ 4.033	\$ 4.033
Norte de Santander	5.027	\$ 4.277	\$ 4.652
Risaralda	4.997	\$ 4.903	\$ 4.950
Santander	4.740	\$ 4.325	\$ 4.532
Tolima	4.365	\$ 4.380	\$ 4.372
Valle del Cauca	4.769	\$ 4.884	\$ 4.827
Promedio Mes	\$ 4.577	\$ 4.345	\$ 4.461
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

Departamento	ENERO	FEBRERO	PROMEDIO
Promedio Mes	\$ 4.577	\$ 4.345	\$ 4.461

Gráfica Precios Mensuales promedios pagados al Productor 2025 (Panelas Corrientes).

A continuación, se presenta el mayor y menor precio promedio registrado en lo corrido de 2025.

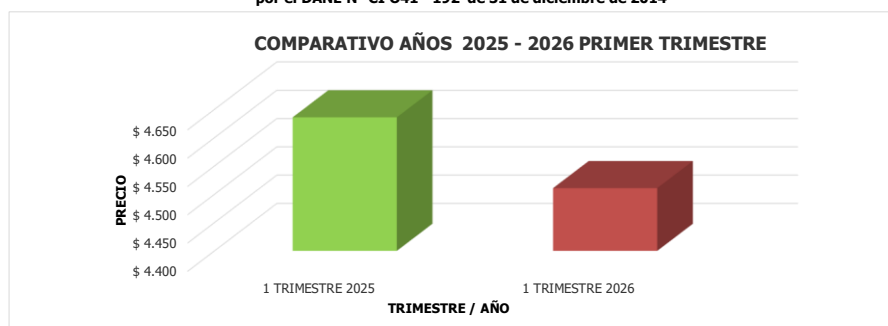
PRECIOS	MES	PROMEDIO SIMPLE	PROMEDIO PONDERADO
PRECIO MAYOR	2 SEMANA ENERO	\$ 4.674	\$ 4.653
PRECIO MENOR	1 SEMANA FEBRERO	\$ 4.404	\$ 4.547

Haciendo la comparación entre el primer trimestre de 2025 y lo que va del primer trimestre de 2026 se observa una disminución en el precio promedio de \$ 125, lo cual significa una variación del - 2,70%, tal como se observa en la Gráfica 3.



 COMPARATIVO PRIMER TRIMESTRE AÑOS 2025 - 2026 PRECIO PROMEDIO POR KILOGRAMO 					
SEMANA	1 TRIMESTRE 2025	1 TRIMESTRE 2026	ÚLTIMO MES	VARIACIÓN (\$)	VARIACIÓN (%)
DEPARTAMENTO					
ANTIOQUIA	4.223	4.190	BAJO	-33	-0,77
BOYACA	4.996	4.596	BAJO	-400	-8,01
CALDAS	4.261	4.508	SUBIÓ	247	5,79
CAQUETA	4.547	4.978	SUBIÓ	430	9,46
CAUCA	4.046	4.060	SUBIÓ	14	0,36
CUNDINAMARCA	5.133	4.595	BAJO	-538	-10,49
HUILA	4.650	4.104	BAJO	-545	-11,73
NARIÑO	4.417	4.033	BAJO	-383	-8,68
N SANTANDER	4.897	4.813	BAJO	-84	-1,71
RISARALDA	4.922	4.970	SUBIÓ	48	0,97
SANTANDER	4.971	4.621	BAJO	-349	-7,02
TOLIMA	4.615	4.369	BAJO	-246	-5,33
VALLE	4.589	4.802	SUBIÓ	213	4,65
PROMEDIO NACIONAL	4.636	4.511	BAJO	-125	-2,70

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



Gráfica Comparativo Precios 2025 y 2026 – Primer Trimestre.

Precios pagados al productor por Kg de panela – Panelas especiales

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 y Huila y Nariño, hasta la segunda semana de febrero de 2026, los precios de la panela especial en Colombia mostraron una tendencia al alza las dos primeras semanas del año, tal y como ocurrió con el precio registrado para las panelas corrientes. El mayor precio se presentó en la segunda semana de enero, correspondiente a **\$5.001**, luego de lo cual la tendencia del precio fue a la baja en las siguientes semanas, y en la última semana reportada, correspondiente a la segunda semana de febrero, se registró el menor precio del año, equivalente a **\$4.611**.

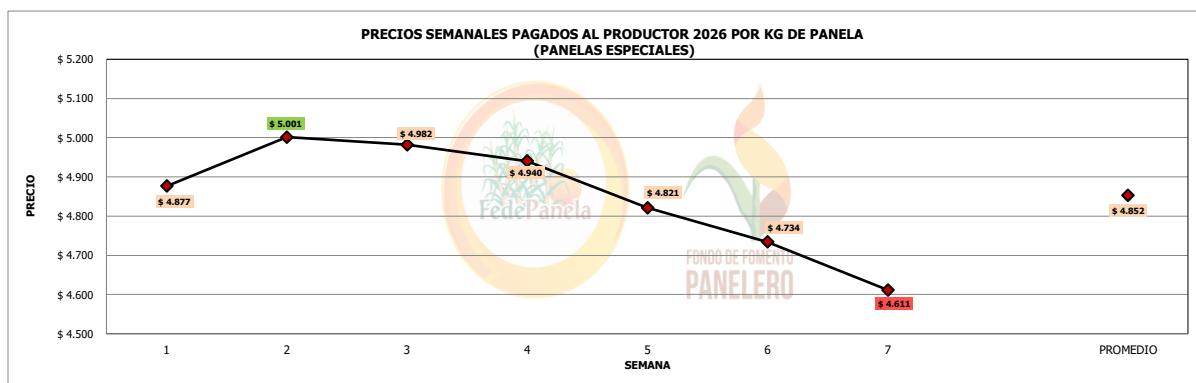


Los precios más elevados en lo transcurrido del año se han presentado en su mayoría en el departamento de Antioquia, continuando con la tendencia presentada en el tercer trimestre del 2025. Por otra parte, el menor precio se ha registrado en el departamento de Nariño en la mayoría del año, registrando un valor que volvió a bajar la barrera de los \$4000. Por otra parte, del análisis del comportamiento semanal de los precios a nivel nacional, se observa que durante lo corrido del primer trimestre la tendencia general ha sido a la baja, presentando un promedio anual aritmético hasta la 2 semana de febrero es de \$ 4.852, tal y como se muestra en la Gráfica 4.

MESES	Tipo de Panela	ENERO					FEBRERO		Variación	PROMEDIO ANUAL
DEPARTAMENTO	\$/Kilo	1	2	3	4	5	1	2		
ANTIOQUIA	Panelin (125gr) y Granulada Pulverizada	\$ 5.250	\$ 5.317	\$ 5.417	\$ 5.500	\$ 5.450	\$ 4.867	\$ 4.617	↓\$ 250	\$ 5.202
BOYACÁ	Pastilla y Granulada Pulverizada	\$ 5.025	\$ 4.950	\$ 5.000	\$ 4.900	\$ 4.775	\$ 4.550	\$ 4.450	↓\$ 100	\$ 4.807
CUNDINAMARCA	Pastilla y Granulada Pulverizada	\$ 4.595	\$ 5.006	\$ 4.644	\$ 4.381	\$ 4.533	\$ 4.828	\$ 4.914	↑\$ 86	\$ 4.700
HUILA	Granulada Pulverizada	\$ 4.740	\$ 4.840	\$ 4.880	\$ 4.880	\$ 4.440	\$ 4.120	\$ 4.590	↑\$ 470	\$ 4.641
NARIÑO	Panelin (125gr)	\$ 4.150	\$ 4.000	\$ 4.200	\$ 4.200	\$ 4.200	\$ 4.300	\$ 3.800	↓\$ 500	\$ 4.121
PROMEDIO NACIONAL		\$ 4.877	\$ 5.001	\$ 4.982	\$ 4.940	\$ 4.821	\$ 4.734	\$ 4.611	↓\$ 123	\$ 4.852

PRECIO MENOR SEMANAL	
PRECIO MAYOR SEMANAL	

Variación de precios respecto a la semana anterior



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

Gráfica Precios Semanales al productor 2026 - Panelas Especiales.
Precios promedios ponderados pagados al productor por Kg de panela – Panelas corrientes

A continuación, se presentan los datos de precios ponderados para 2026 calculados con la producción consolidada de 2025.

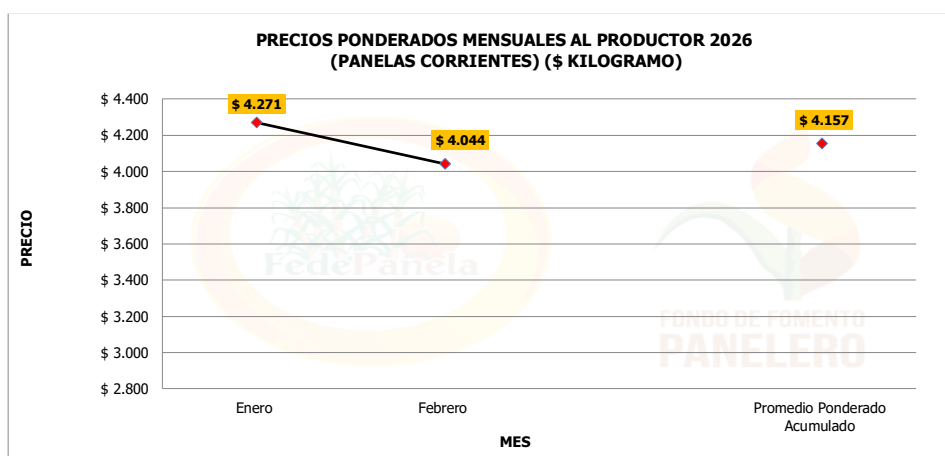
De acuerdo con los valores ponderados presentados, el precio promedio presentado hasta la segunda semana de febrero fue de \$4.461, así mismo, el precio promedio ponderado acumulado es de \$4.157 para lo que va corrido del año. A continuación, se presentan en la Gráfica 5 los precios mensuales promedios ponderados para mejor comprensión, junto con el promedio anual correspondiente.



PRECIOS PROMEDIOS MENSUALES PAGADOS AL PRODUCTOR 2026 (PANELAS CORRIENTES)

PROMEDIOS PONDERADOS (\$ KILOGRAMO)

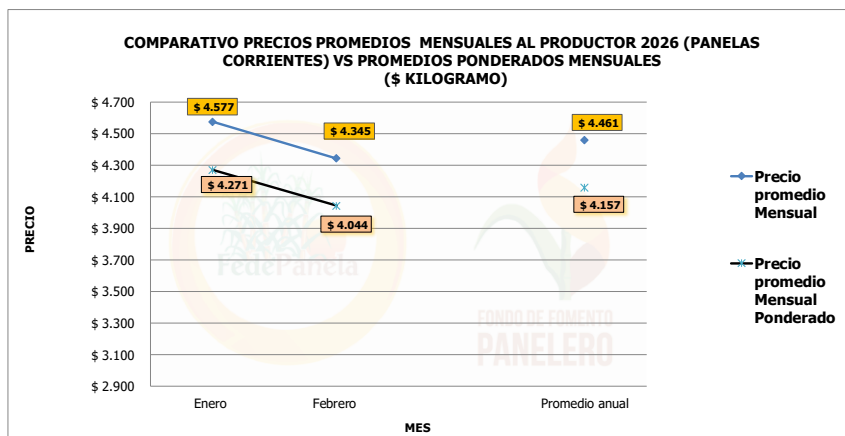
DEPARTAMENTO	PRODUCCIÓN POR DPTO. PROY. 2024	PESO PONDERADO	Enero	Febrero	Promedio Ponderado Acumulado
PROMEDIOS NACIONALES	909.993	1	\$ 4.271	\$ 4.044	\$ 4.157



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 Precios Ponderados mensuales pagados al Productor 2026 (Panelas Corrientes).

A continuación, en la Gráfica 6 se presenta el comparativo del precio promedio y el precio promedio ponderado mensual para los dos meses transcurridos de 2026, de acuerdo a lo registrado hasta la segunda semana de febrero, denotando que el valor ponderado promedio se encuentra 6.81% por debajo del promedio mensual calculado a partir de la información real tomada en los mercados regionales no formales.

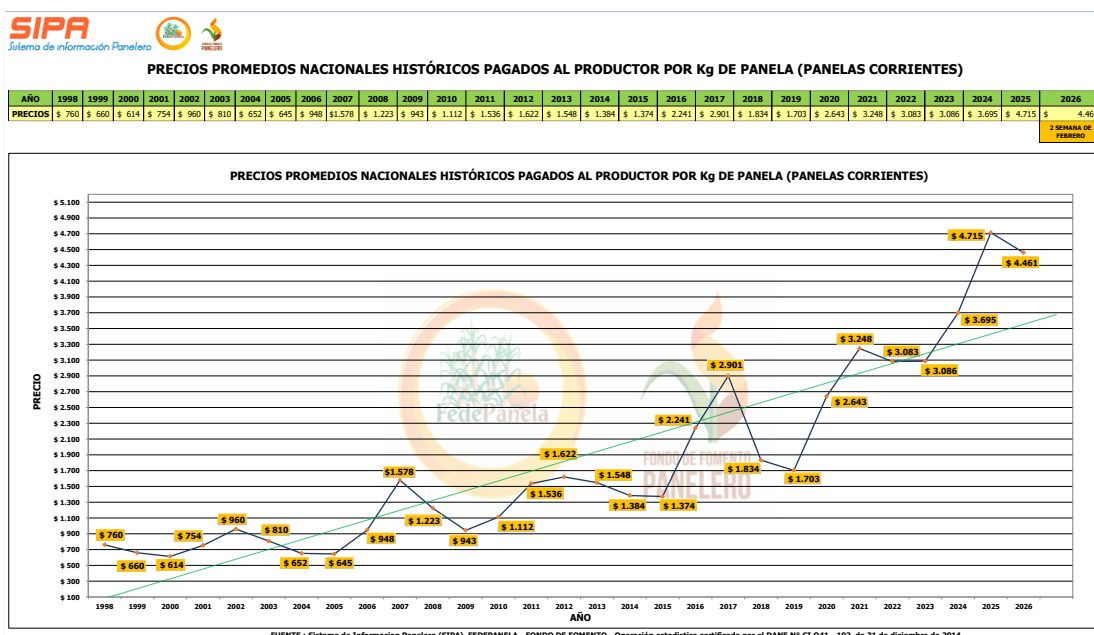


FUENTE : Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística certificada por el DANE N° CI 041 - 192 de 31 de diciembre de 214

Gráfica Comparativo Precios Promedios Mensuales Al Productor 2026 (Panelas Corrientes) Vs Promedios Ponderados Mensuales (\$ Kilogramo)

Precio promedio anual histórico pagado al productor por Kg de panela – Panelas corrientes

De acuerdo con el archivo histórico de precios de Fedepanela – Fondo de Fomento Panelero, se observa que, en lo corrido del año 2026, los precios se han ubicado por debajo del precio promedio registrado para el año 2025, en un porcentaje de **5,38%** menor, tal y como se observa en la Gráfica 7.



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

Gráfica Precios Promedios Nacionales Históricos pagados al Productor por Kg (Panelas Corrientes) entre 1998 y 2026.

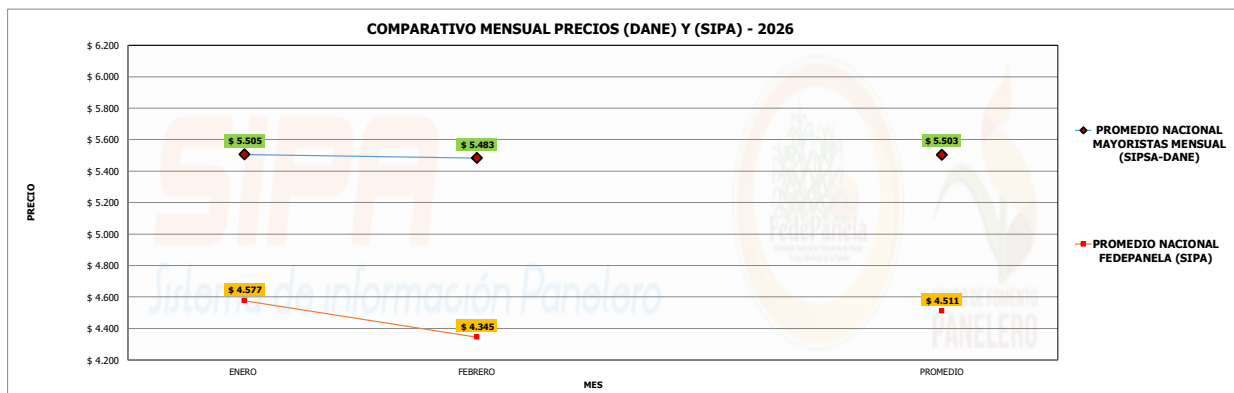


Precios pagados por Kg de panela en plazas mayoristas – SIPSA DANE

A continuación, se muestra el comparativo de precios semanales en plazas mayoristas para panelas corrientes tomados por el DANE y el precio semanal pagado al productor registrado en SIPA (Sistema de información Panelero). Se presentan los promedios mensuales de precios en las principales plazas mayoristas en los diferentes departamentos paneleros, y se realiza la comparación de precios promedios mensuales hasta la segunda semana de febrero. Del promedio anual calculado se calcula una diferencia aproximada del **17,34 %** entre ambos valores (Gráfica 8).

DEPARTAMENTO	Plaza Mayorista Semana
ANTIOQUIA	Medellin-Central mayorista de Antioquia
BOYACÁ	Tunja- Complejo de servicios del sur
CALDAS	Manizales- Centro Galerías
CAQUETÁ	Florencia
CAUCA	Popayán- Plaza de Mercado del Barrio Bolívar
CUNDINAMARCA	(Bogotá:Corabastos,paloquemao, plaza españa y plaza de las flores)
HUILA	Neiva-Surabastos
NARIÑO	Pasto- El Potrerillo
N SANTANDER	Cúcuta- Cenabastos y La nueva Sexta
RISARALDA	Pereira- Mercasa
SANTANDER	Bucaramanga-Centro Abastos y Mercados del centro
TOLIMA	Ibagué- Plaza 21
VALLE	Cali- La floresta y Santa Helena

MES	ENERO	FEBRERO	PROMEDIO
PROMEDIO NACIONAL MAYORISTAS	\$ 5.505	\$ 5.483	\$ 5.503
PROMEDIO NACIONAL FEDEPANELA	\$ 4.577	\$ 4.345	\$ 4.511



FUENTE : DANE- Boletín semanal de precios Mayoristas. | 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

Gráfica Precios Mensuales por Kg de panela en Plazas Mayoristas (Panelas Corrientes)

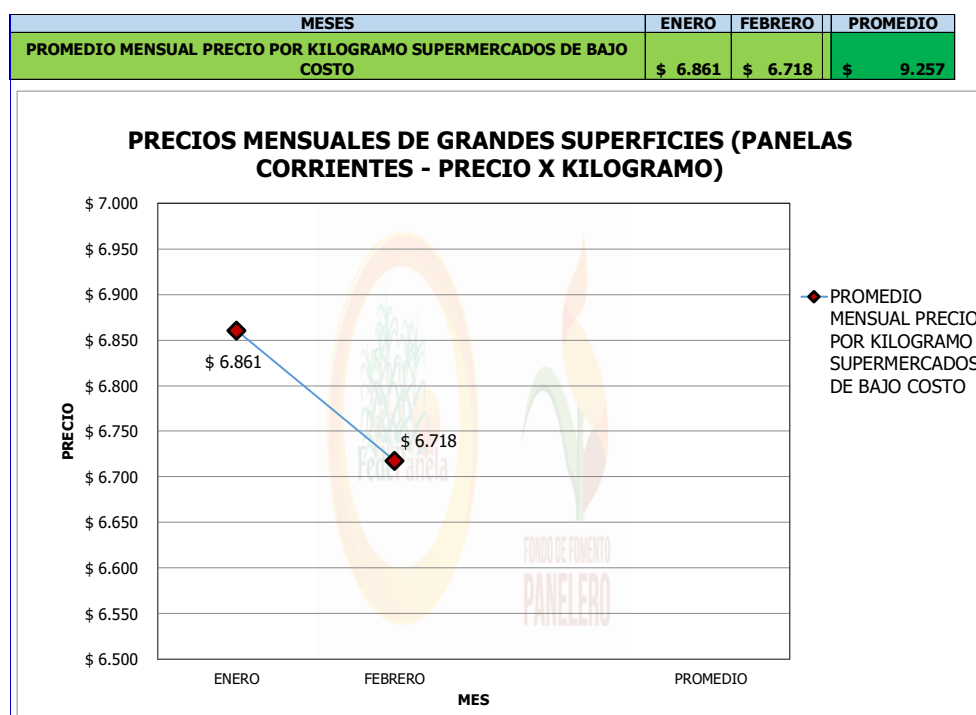


Precios pagados por Kg de panela en grandes superficies – Panelas corrientes

Respecto a la información de precios de panelas corrientes en grandes superficies y supermercados de bajo costo, a partir de 2026 se realizó la división de los dos tipos de mercados, respondiendo a la solicitud de la junta realizada en 2025. Se presenta a continuación las tiendas y tipos de panela de los cuales se ejecutó el reporte semanal de información publicada en las respectivas páginas corporativas de los mismos, con el fin de tener una comparación de los precios a lo largo de la cadena.

	Tipo de Panela
Grandes superficies	Corrientes x Kilogramo
Jumbo	Cuadrada, Redonda, Panelon
Éxito	Cuadrada, Redonda
Carulla	Cuadrada, Redonda
	Tipo de Panela
Supermercados de bajo costo	Corrientes x Kilogramo
D1	Cuadrada, Redonda, Fraccionada
Ara	Cuadrada, Redonda

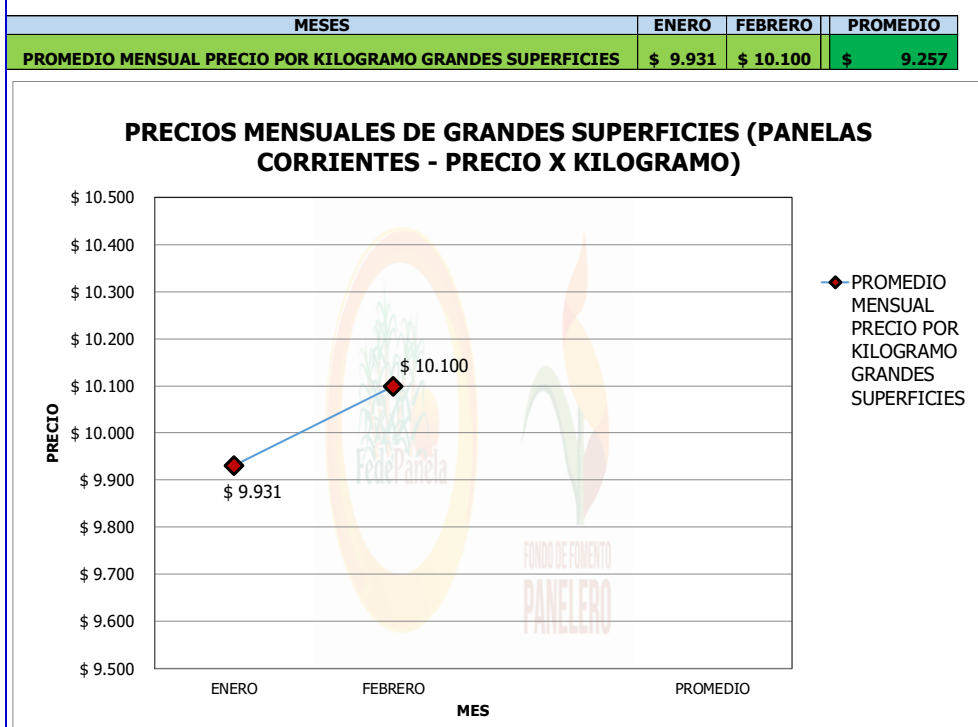
A continuación, en la Gráfica 9 se muestran los precios promedios mensuales para supermercados de bajo costo desde la 1 semana de enero hasta la 2 semana de febrero para panelas corrientes.



FUENTE : Plataformas web supermercados de bajo costo
Grafica Precios Mensuales por Kg de panela en supermercados de bajo costo (Panelas Corrientes)



A continuación, en la Gráfica 10 se muestran los precios promedios mensuales para grandes superficies desde la 1 semana de enero hasta la 2 semana de febrero para panelas corrientes.



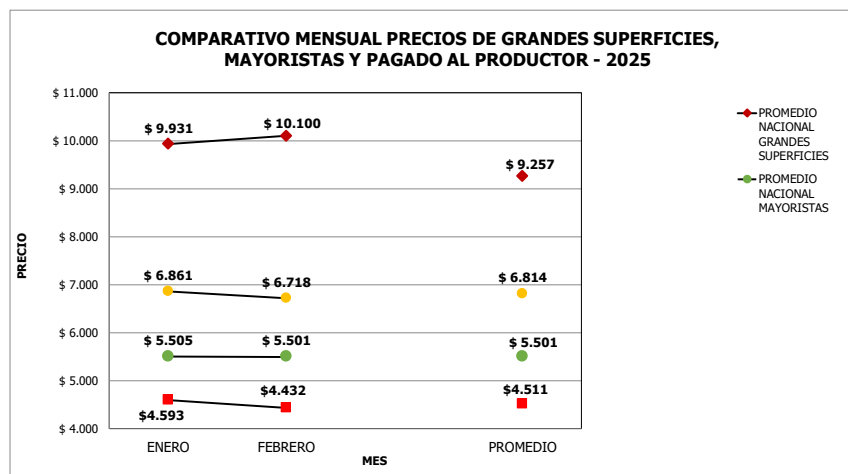
FUENTE : Plataformas web grandes superficies.
Grafica Precios Mensuales por Kg de panela en Grandes Superficies (Panelas Corrientes)

Comparación precios pagados al productor, precios mayoristas, precios en supermercados de bajo costo y precios en grandes superficies – Panelas corrientes

A continuación, en la Gráfica 11, se muestra el gráfico comparativo mensual de los precios pagados al productor por Kg de panela reportados semanalmente en la plataforma SIPA, los precios mayoristas reportados por el SIPSA (DANE) y los precios reportados en las plataformas por supermercados de bajo costo y por grandes superficies. De acuerdo con la información presentada, se evidencia una diferencia entre el precio registrado de grandes superficies y el precio pagado al productor de **51,26%**, para el promedio anual calculado para 2025.



MESES	ENERO	FEBRERO	PROMEDIO
PROMEDIO NACIONAL GRANDES SUPERFICIES	\$ 9.931	\$ 10.100	\$ 9.257
PROMEDIO NACIONAL SUPERMERCADOS DE BAJO COSTO	\$ 6.861	\$ 6.718	\$ 6.814
PROMEDIO NACIONAL MAYORISTAS	\$ 5.505	\$ 5.501	\$ 5.501
PROMEDIO NACIONAL FEDEPANELA	\$ 4.593	\$ 4.432	\$ 4.511



FUENTE: Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO Plataformas web grandes superficies | DANE- Boletín semanal de

Gráfica Comparativo Precios Mensuales pagados al productor, en plazas mayoristas y grandes superficies (panelas corrientes).

Tablero interactivo de precios página SIPA

- Adicionalmente, durante el primer trimestre de 2026 se continuó la actualización del tablero de precios que fue dispuesto a disposición del público a través de la página web del SIPA (www.sipa.org.co) en donde se pueden consultar los precios semanales e históricos por departamentos y a nivel nacional, e interactuar con los mismos. Se adicionó la información correspondiente a 2026.



Figura Menú principal tablero de precios 2026

Objetivo Específico 3: Recolección y consolidación de costos de producción.

En esta actividad en el primer trimestre se tiene proyectado comenzar la recolección de parte de la asistencia técnica.

Objetivo Específico 4: Fortalecimiento del sistema de información geográfico



Consolidación – Base de datos nacional

De acuerdo con lo propuesto en la ficha del programa, se procesaron los 250 polígonos trimestrales, los cuales han sido levantados previamente. Con esto, se consolidaron 5000 polígonos en la base de datos y el mapa nacional en lo transcurrido de 2026.

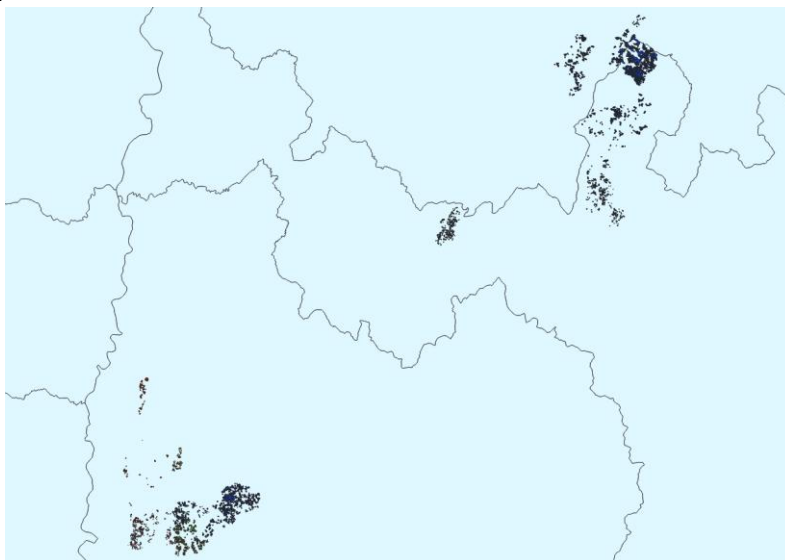
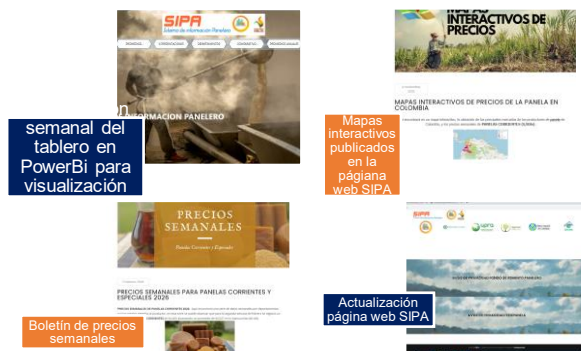


Figura Consolidación base de datos nacional.

Objetivo Específico 5: Actualización página 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 en el transcurso del año 2026, 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 conjunto con el área de comunicaciones se realiza la difusión del boletín semanal en las redes sociales.





Objetivo Específico 6: Realización de la quinta encuesta virtual sobre consumo de panela.

Esta actividad se encuentra prevista para su realización en el tercer trimestre del año según lo proyectado en la ficha del proyecto.

Objetivo Específico 7: Cumplimiento con el sistema de gestión documental (ley de transparencia 1712 de 2014) Solicitudes de la contraloría general de la república.

Sistema de Gestión Documental - FFP

Para dar cumplimiento a lo establecido en Decreto 1222 de 2025, en relación con los principios de transparencia, publicidad y pluralidad de oferentes, durante el primer trimestre del año 2026 se trabajó en el establecimiento de un pliego de condiciones para la contratación de la empresa que apoyará el cumplimiento del programa de gestión documental para el FFP.

Se tuvo en cuenta las necesidades del sistema, correspondientes a:

1. Administración y atención de requerimientos del sistema de gestión documental del FFP.
 - a. Actualización y elaboración de nuevos instrumentos archivísticos
 - b. Revisión y actualización de documentos asociados al sistema.
 - c. Actualización de Instrumentos de Gestión de Información Pública.
 - d. Sensibilizaciones al personal.
 - e. Gestión física de información: procesamiento de AZs generadas el año inmediatamente anterior.
2. Atención de requerimientos de las entidades de control.
3. Establecer junto con el fondo de fomento panelero el plan de trabajo sobre la administración, mejoras y actualizaciones del sistema.

Por otra parte, durante el primer trimestre de 2026, el Fondo de Fomento Panelero (FFP) centró sus esfuerzos en la gestión documental, abordando la organización de archivos digitales, así, se solicitó a los profesionales de todas las áreas la migración de información del servidor asignado para 2022 al servidor que contiene la información de 2023 a 2025, con el fin de unificar en una sola carpeta la información organizada bajo una misma estructura de TRD.

Así mismo, se solicitó al área de sistemas la creación de las carpetas para 2026, y asignación a los usuarios encargados de las áreas, de acuerdo con las TRD aprobadas para cada una de las áreas y que comienzan a regir a partir de este año.

Se insistió en la importancia de conservar la información en lugares adecuados para evitar riesgos y cumplir con los compromisos de la gestión documental. A lo largo de estos meses, se subrayó la necesidad de seguir trabajando en la cultura de la organización documental, tanto física como digital, en todas las áreas del FFP.

Sistema de protección de datos personales

Para dar cumplimiento a lo establecido en Decreto 1222 de 2025, en relación con los principios de transparencia, publicidad y pluralidad de oferentes, durante el primer trimestre del año 2026 se trabajó en el establecimiento de un pliego de condiciones para la contratación de la empresa que apoyará el cumplimiento del programa de protección de datos personales para el FFP.

Se tuvo en cuenta las necesidades del sistema, correspondientes a:

1. Apoyar y asesorar en las mejoras, actualizaciones y modificaciones necesarias para la continuidad y mantenimiento del Sistema de Protección de datos personales,
2. Atención de requerimientos internos.



3. Atención de requerimientos de las entidades de control,
4. Establecer junto con el Fondo de Fomento Panelero (FFP) el plan de trabajo sobre las mejoras y actualizaciones del sistema y atender requerimientos realizados de cara al sistema.

El pliego de condiciones fue publicado en la página web del Fondo de Fomento Panelero para la presentación de oferentes. Se realizó la evaluación de las empresas que presentaron propuestas y elección de la persona jurídica que presentó una mejor propuesta, acorde con las necesidades del FFP.

Por otra parte, se apoyó con la resolución de requerimientos internos surgidos en el FFP, relacionados con la firma de consentimientos informados para tratamiento de datos personales en el área de comunicaciones, área técnica, área socioempresarial y área comercial. Así mismo, desde el área de sistemas se indicó información relacionada con el sistema de protección de datos de Fedepanela-FFP requerida para la firma de convenios interinstitucionales.

Objetivo Específico 8: Compra, actualización y mantenimiento de software y hardware.

Durante este trimestre se llevó a cabo la compra de diez (10) computadores de escritorio, un (1) portátil, una (1) licencia de Microsoft 365 Business Standard, cinco (5) licencias de Microsoft 365 Business Standard por 7 meses, un (1) disco duro sólido, una (1) diadema, la compra de tinta negra para el plotter y la renovación del servicio de Web Hosting del servidor Fedepanela - Fondo de fomento Panelero. Así mismo se pagaron las suscripciones mensuales de Zoom, Google y el servicio de telefonía, de acuerdo con las necesidades del Fondo de Fomento Panelero.

Adicionalmente, se continuó el trabajo en las acciones propuestas en el plan de mejora presentado a la auditoria de sistemas realizada de parte de Kreston, lo que implicó cotizar los antivirus requeridos por los equipos del Fondo de Fomento Panelero.

OTRAS ACTIVIDADES

Durante el primer trimestre del 2026 en el área de sistemas de información se participó en la Mesa de Estadísticas Agropecuarias, de la que Fedepanela es parte, para conocer sobre el plan de trabajo de 2026, y hacer contacto con profesionales de la UPRA y el DANE para aclarar dudas sobre el envío de información que debe realizar el gremio y articular trabajo conjunto.

Por otra parte, desde el área de sistemas se lideraron reuniones semanales con EKI, la empresa de educación virtual centrada en población rural, y con la que se tuvo contacto en el Primer Bootcamp Regional de Agricultura Digital AGTECH, organizado por la FAO, en el marco del proyecto “Tecnologías digitales para la agricultura sostenible y la gestión de la biodiversidad”.

Se estableció un plan de trabajo con EKI para trabajar en tres frentes:

1. Fortalecer el curso existente de Control Biológico de Diatraea: “Diatraea, ¿qué es? y ¿cómo controlarla?”, mediante la incorporación de un asistente virtual de IA alimentado a partir de la información existente del curso. Se llegó a un primer modelo, del que se dio retroalimentación a EKI para mejora.
2. Permitir la participación de personas de Fedepanela en el Programa de Aceleración en Innovación y Emprendimiento Rural brindado por EKI en alianza con otras instituciones. Se apoyó en la difusión de piezas gráficas y comunicación de bienvenida a los participantes inscritos. Se inscribieron 38 personas.
3. Gestionar un espacio para elaborar un taller de cocreación a partir de legos para identificar las dolencias y necesidades de la población juvenil del sector panelero en Colombia. Se definió fecha y hora del encuentro, así como necesidades logísticas para llevarlo a cabo.



5. SISTEMATIZACIÓN Y CONTROL RECAUDO DE CUOTA DE FOMENTO PANELERO "SIFFP INFORME GESTIÓN PRIMER TRIMESTRE 2026

Para esta actividad se realizaron las siguientes acciones:

Objetivo Específico 1: PLATAFORMA WEB PARA EL MANEJO DE INFORMACION FONDO DE FOMENTO PANELERO. FASE 2

En este trimestre se realizó la contratación de la modificación de la plataforma SIR-FFP

Adicionalmente se realizaron las reuniones necesarias con el ingeniero de sistemas para concertar las mejoras necesarias para la plataforma.

Objetivo Específico 2: FASE DE OPERACIÓN

Durante el tercer trimestre del año se realizó el seguimiento al funcionamiento de la plataforma web de sistematización del recaudo

Para este proyecto se realizaron las siguientes actividades:

1. Creación y envío de códigos
2. Seguimiento de alertas de la plataforma.
3. Seguimiento a los inventarios de rollos y códigos en bodega y delegado
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. Atención a inquietudes e inconvenientes de la plataforma presentados a los delegados de recaudo.
8. Conciliaciones mensuales de rollos.
9. Coordinación técnica del programa.

No	Usuario	Ingreso a almacén	Salida de almacén	Devolución a almacén	Devolución a impresor	Rollos
1	Cinta Andina	0	0	0	0	0
2	Bodega Principal	5490	5149	19	0	360
3	Gina Alejandra Cristancho	0	1440	0	0	1440
4	Diana Patricia Carvajal	0	990	0	0	990
5	Huberto Ruíz	0	180	0	0	180
6	Cristina Roldán	0	540	0	0	540
7	Rodolfo Velasco	0	900	0	0	900
8	Angela Jurado Rosero	0	360	0	0	360
9	Gerardo Guzmán	0	90	1	0	89
10	Linda Lucía Rojas Gómez	0	180	0	0	180
11	Sandra Yorteny Tinoco	0	90	0	0	90
12	Marisol Niño Rueda	0	109	0	0	109
13	Cristina Bolaños	0	180	0	0	180
14	Alejandra Palacio	0	90	0	0	90
15	Delegado de códigos deshabilitados	0	0	1	0	1
16	Andrea Carolina Rodríguez	0	0	19	0	-19
Totales		5.490	5.149	20	-	5.490

Según el registro de inventarios hasta el día 23 de febrero han ingresado 5.490 rollos de etiquetas y salieron 5.149 rollos.



Objetivo Específico 3: CAPACITACION DELEGADOS

La capacitación de los delegados está proyectada para el tercer trimestre. Pero se han realizado capacitaciones a la nueva coordinadora de recudo y a la Contadora del fondo de fomento.

6. PROGRAMA APOYO A LA GESTIÓN COMERCIAL INFORME GESTIÓN PRIMER TRIMESTRE 2026

1. Introducción

Durante el primer trimestre de 2026, el Área Comercial desarrolló una agenda estratégica orientada al fortalecimiento del alistamiento comercial de agro empresas paneleras, la promoción de la oferta exportable y la generación de oportunidades de acceso a mercados nacionales e internacionales. Las acciones ejecutadas se enfocaron en brindar acompañamiento técnico para la formalización comercial mediante la gestión de códigos de barras, facilitar acercamientos con potenciales compradores en mercados estratégicos como Estados Unidos y Argentina, adelantar análisis de inteligencia de mercados y estructurar herramientas para la toma de decisiones en procesos de internacionalización. Así mismo, se participó activamente en espacios de promoción sectorial y eventos de difusión que contribuyen al posicionamiento de la panela colombiana como producto con valor agregado, identidad cultural y potencial competitivo en distintos canales de comercialización.

En el marco de las acciones orientadas al fortalecimiento integral del sector panelero, se desarrollaron estrategias enfocadas en el mejoramiento de la gestión comercial a nivel nacional e internacional. En materia de internacionalización, se realizaron 10 asesorías exportadoras en las cuales se socializaron los requisitos normativos vigentes, incluyendo la Circular No. 009 de 2026 relacionada con la administración del contingente de exportación hacia Estados Unidos.

Así mismo, se requiere iniciar con los primeros avances del trabajo destinado a la actualización de la información sobre la cadena de suministro de la panela en Colombia. Para ello se espera recopilar datos de estudios existentes, sistemas de información del sector y de los coordinadores departamentales de la Federación, quienes pueden aportar una mirada cercana a las realidades productivas y comerciales de cada territorio.

Además, se iniciaron acercamientos con diferentes agro empresas y asociaciones interesadas en productos derivados de la panela, buscando abrir nuevas oportunidades de mercado y fortalecer las relaciones comerciales.

De manera complementaria, se adelantaron actividades de acompañamiento para el alistamiento comercial, fortalecimiento de índices de competitividad y sostenibilidad, inteligencia de mercados, apertura de nuevos espacios comerciales y posicionamiento estratégico de la panela colombiana. Estas acciones evidencian un trabajo articulado orientado a mejorar las capacidades comerciales, productivas y de acceso a mercados del sector.

Por otro lado, como fortalecimiento de las competencias del equipo comercial de la Federación y mejorar su capacidad de respuesta frente a las solicitudes del mercado internacional, se ejecutó un taller práctico sobre la estructura de costos en temas de procesos de exportación. La actividad estuvo orientada a comprender el uso adecuado de los



Incoterms y como a identificar los elementos logísticos y financieros que intervienen en una operación de exportación. Este espacio permitió adquirir herramientas clave para elaborar cotizaciones de manera eficiente y alineadas con las necesidades de los clientes con proyección internacional.

2. 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 2026.

ACTIVIDAD	META DEL PROGRAMA	META PRIMER TRIMESTRE	LOGRO PRIMER TRIMESTRE	%ACUMULADO
Asesorías a agro empresas para el alistamiento comercial	24	6	6	6/24 (25%)
Talleres en temas relacionados con el mejoramiento de índices de competitividad y sostenibilidad, estructura de costos.	5	1	1	1/5 (20%)
Identificación de proyectos de integración productiva a través de escenarios de desarrollo e inversión evaluando la viabilidad técnica, financiera y comercial	3	0	0	0/3 (0%)
Caracterización, análisis y propuesta de desarrollo de la cadena de suministro de la panela	4	1	1	1/4 (25%)
Informe de gestión para la apertura de nuevos mercados en la agroindustria y el canal horeca	7	1	1	1/7 (14%)
Acercamientos comerciales	36	9	9	9/36 (25%)
Informes de inteligencia de mercados	4	1	1	1/4 (25%)
Boletines de interés comercial.	4	1	1	1/4 (25%)
Presencia en ferias y/o misiones comerciales estratégicas para posicionar la panela Colombia	3	0	0	0/3 (%)



Implementación de plataformas o canales digitales para ventas nacionales e internacionales	0	0	0	0/0 (0%)
Asesoría en procesos de comercialización internacional	43	10	10	10/43 (23,25%)
Participación de agro empresas en espacios comerciales, Generar espacios que permitan el acercamiento entre la oferta y la demanda de panela y sus derivados a través de espacios de networking, brindando un apoyo metodológico y técnico para fortalecer la comercialización.	14	3	3	3/14 (21%)
Eventos de difusión en temáticas de interés comercial.	4	1	2	2/4 (50%)

Asesorías a agro empresas para el alistamiento comercial

Giovanny Quiroga; Panela La Provincia - Códigos de Barras

Se realizó una reunión virtual entre el área comercial de Fedepanela y el productor Giovanni Quiroga, con el objetivo de brindar asesoría técnica para la gestión y asignación de códigos de barras para productos de panela de la empresa Panela La Provincia, ubicada en el municipio de La Paz, vereda El Hato, departamento de Santander.

Durante la reunión se explicó el proceso para la obtención de códigos de barras a través de la plataforma GS1, destacando el beneficio de asignación gratuita para microempresas. Se validó que el productor se encuentra constituido como microempresa y registrado en Cámara de Comercio, por lo cual cumple con los requisitos para acceder a dicho beneficio. Se procedió a realizar el registro en la plataforma GS1, utilizando los datos suministrados por el productor y su correo electrónico, quedando el registro confirmado exitosamente. Posteriormente, se realizó la creación de la marca "La Provincia" dentro de la plataforma, requisito necesario para la asignación de códigos de barras a los productos. Una vez creada la marca, se explicó el criterio de asignación, indicando que cada presentación y gramaje de un producto debe contar con un código de barras independiente.

Se acordó registrar inicialmente tres productos correspondientes a panela cuadrada en diferentes presentaciones, definiendo como descripciones finales: panela cuadrada de 85 gramos, panela cuadrada de 227 gramos (media libra) y panela cuadrada de 454 gramos (libra). Estos valores corresponden al peso declarado que será incluido en la etiqueta del producto. Aunque actualmente se requieren tres códigos, se decidió solicitar un total de quince códigos para permitir futuras ampliaciones del portafolio sin necesidad de repetir el trámite. A continuación, se diligenció el archivo de Excel requerido por la plataforma GS1 con la información de los productos, el cual fue cargado



exitosamente. Tras el tiempo de procesamiento, se confirmó la correcta asignación de los códigos de barras para las tres presentaciones registradas. Se verificó en tiempo real que los códigos correspondieran a cada gramaje y se realizaron ajustes menores en la identificación para facilitar su reconocimiento.

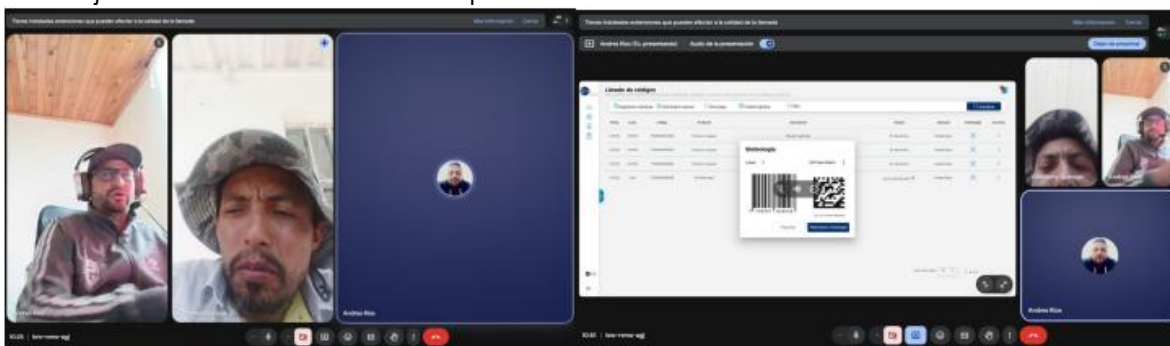


Imagen 1. Generación códigos de barras

El Anil - Códigos de barras

Realizamos asesoría técnica al señor Evelio Caicedo Bravo, representante de la empresa El Anil, ubicada en el municipio de Sandoná – Nariño con el propósito de brindar acompañamiento en el proceso de gestión y obtención de códigos de barras para sus productos de panela y derivados. Durante el desarrollo de la actividad, se ingresó a la plataforma oficial de GS1 Colombia con el fin de validar la elegibilidad del productor y adelantar el proceso de registro correspondiente para acceder al beneficio de códigos de barras sin costo.

Al realizar el procedimiento, el sistema arrojó el siguiente mensaje: *"¡Lo sentimos...! En este momento no podemos atender tu solicitud por este canal, ya que EVELIO CAICEDO BRAVO se encuentra desvinculado y por eso no puede acceder al beneficio de códigos de barras GS1 sin costo. Para tener mayor información por favor escríbenos a web@gs1co.org el asunto Estado Desvinculado donde revisaremos tu caso y te orientaremos para que puedas volver a acceder a nuestros beneficios."*

Ante esta situación, se procedió a informar de manera inmediata al productor sobre el estado reportado por la plataforma. Asimismo, se realizó el envío del correo electrónico a la dirección indicada con el asunto "Estado Desvinculado", solicitando la revisión del caso y la orientación necesaria para restablecer el acceso al beneficio. Se deja constancia de que se está a la espera de respuesta oficial por parte de GS1 Colombia para continuar con el proceso y definir las acciones pertinentes que permitan avanzar en la implementación de los códigos de barras requeridos para la comercialización de los productos.

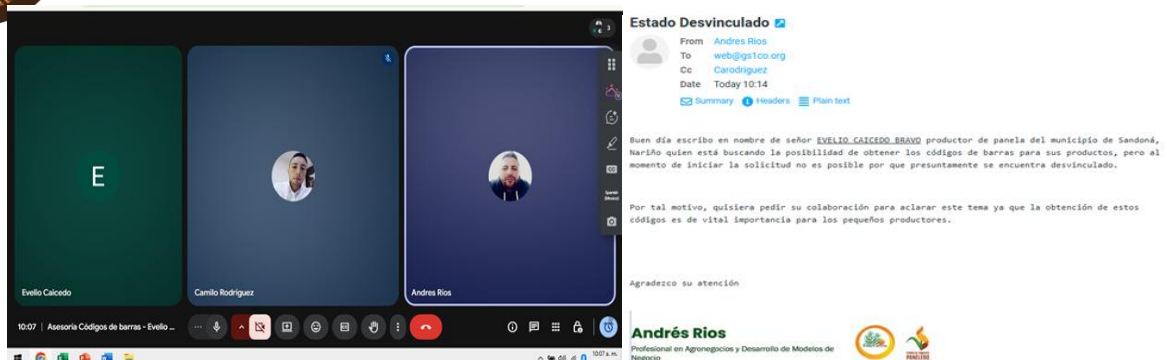


Imagen Códigos de barras

Marcela Ortega-Código de barras.

Se realizó asesoría técnica a la señora Marcela Ortega, emprendedora y comercializadora de panela ubicada en Palmira Valle, con el propósito de brindar acompañamiento en el proceso de gestión y obtención de códigos de barras para sus productos. Durante el desarrollo de la actividad, se ingresó a la plataforma oficial de GS1 Colombia con el fin de validar la elegibilidad de la empresaria y adelantar el proceso de registro correspondiente para acceder al beneficio de asignación de códigos de barras sin costo para microempresas.

Una vez verificada su condición de empresa activa ante la Cámara de Comercio, se procedió al registro de la razón social y a la creación de la marca comercial “Panela MO” dentro de la plataforma. Posteriormente, se realizó la carga técnica de los productos correspondientes a las diferentes presentaciones de panela (panela redonda 750 g, panelito 833 g, panela redonda 375 g, panelón 1.000 g y panela pulverizada 500 g), los cuales fueron asociados correctamente a los códigos de barras asignados por el sistema.

Finalmente, se validó el acceso de la empresaria a su usuario y contraseña, y se brindó orientación sobre el procedimiento para la descarga, administración y uso de los códigos de barras en los empaques de sus productos, quedando habilitada para su implementación comercial.

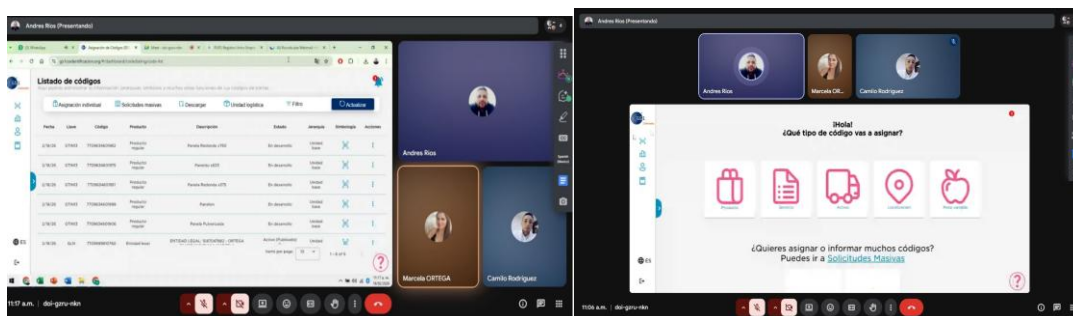


Imagen Códigos de barras

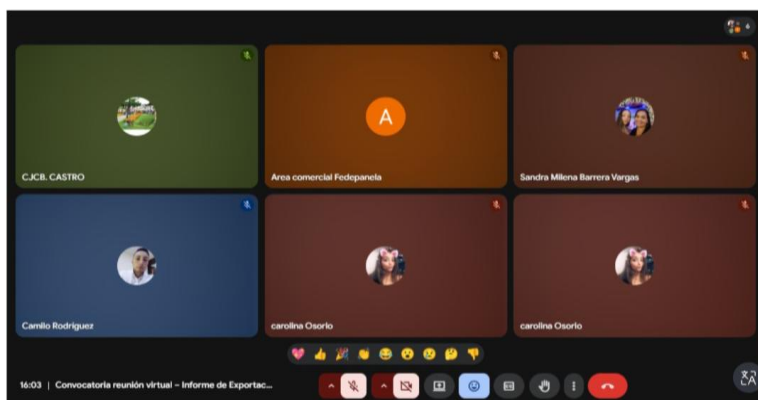


2.4 Asesoría Asociación de productores de Quipile y Jerusalén.

La Asociación de productores de Quipile y Jerusalén presenta solicitud formal de apoyo integral, en seguimiento a la conversación sostenida esta semana, con el fin de fortalecer su estructura organizativa y capacidad productiva.

Se requiere acompañamiento en estructuración asociativa, capacitación empresarial y realización de una evaluación técnica integral de la planta, debido al deterioro actual de su infraestructura. Asimismo, se solicita apoyo en el perfilamiento y alistamiento comercial para acceso a mercados.

Dado los altos costos de adecuación y modernización de la planta, se propone evaluar la posibilidad de vincular un operador o aliado comercial, especialmente con enfoque en exportación, como alternativa estratégica para garantizar sostenibilidad y competitividad.



Convocatoria reunión virtual – Informe de Exportaciones y Ruta de Trabajo Área Comercial - Risaralda

Imagen .Asesoría Asociación de Quipile y Jerusalén

2.5 Asesoría a productores de panela Neira.

Se proyecta brindar asesoría técnica y comercial a la Asociación de Productores de Panela de Neira, orientada al fortalecimiento del cumplimiento normativo y la estructuración técnica de su oferta productiva.

La intervención se enfocará en la revisión y aplicación de los requerimientos establecidos en la **Resolución 779 de 2006**, en relación con condiciones sanitarias, rotulado, requisitos de calidad e información obligatoria para productos de panela. Así mismo, se acompañará el proceso de identificación y elaboración de fichas técnicas bajo lineamientos tipo INVIMA, incorporando especificaciones fisicoquímicas, presentación comercial, vida útil, condiciones de almacenamiento y requisitos de etiquetado.

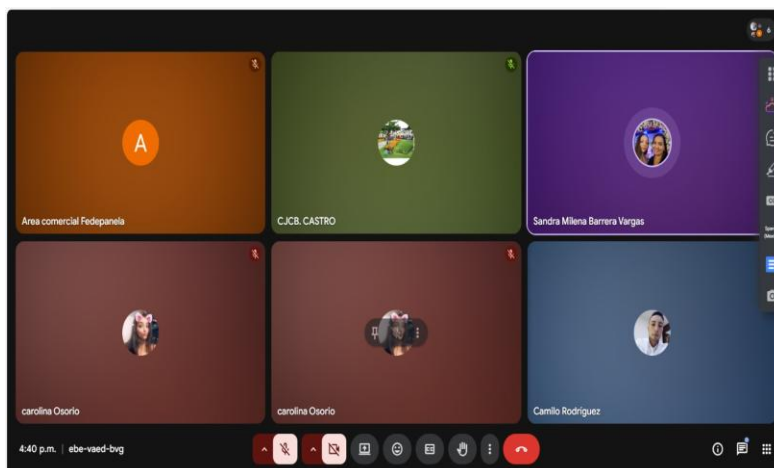


Imagen 2

2.6. Asesoría Agroprimavera.

Agroprimavera y Asociación de Productores de Vista Hermosa

Se proyecta realizar acompañamiento comercial y logístico a Agroprimavera y a la Asociación de Productores de Vista Hermosa, Tolima; orientado al cumplimiento de los requerimientos establecidos por el proveedor Fenalco Tolima para la entrega de productos.

El acompañamiento contempla la organización de pedidos por lotes, verificación de cantidades, estandarización de presentaciones, control de calidad previo al despacho y coordinación logística para garantizar entregas oportunas y conforme a especificaciones técnicas exigidas por el comprador.

Asimismo, se brindará orientación en trazabilidad, documentación de soporte y ajustes operativos necesarios para asegurar cumplimiento en tiempos, condiciones de transporte y requisitos comerciales

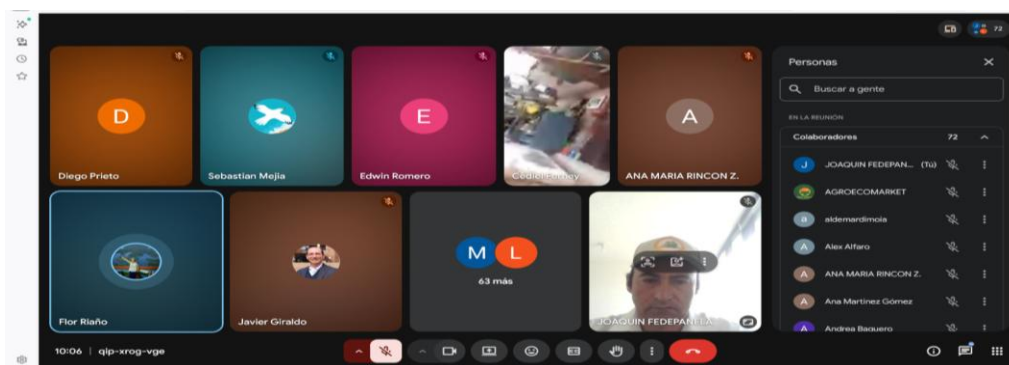


Imagen 3



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

1.1. Estructura de costos logística de exportación INCOTERMS (FOB, EXCO. CIF)

Como parte del proceso de fortalecimiento del equipo comercial de la Federación, se llevó a cabo un taller práctico orientado en la estructura de costos para operaciones de exportación, utilizando como base los principales Incoterms aplicados en el comercio internacional, especialmente FOB, EXW y CIF.

El objetivo mejorar de forma clara y aplicable, sobre cómo se construyen los costos de una operación logística internacional.

Durante la actividad se realizó el siguiente proceso:

- **Selección del término de comercio internacional:** FOB (producto puesto en el puerto de salida).
- **Presentaciones de panela:**
 - Sachets saborizados (caja x 24 unidades).
 - Panela pulverizada a granel (bultos de 25 kg).
- **Condiciones logísticas:**
 - Capacidad de un contenedor de 20”.
 - Uso de pallet tipo americano.
 - Cálculo de cajas y bultos por pallet, y número total de pallets por contenedor.
- **Identificación de costos relacionados:**
 - Costos de producción.
 - Transporte interno hacia puerto.
 - Gastos administrativos y financieros.
 - Manejo en bodega, cargue y descargue.
 - Costos portuarios y documentación necesaria para exportar.

Con estas variables definidas, se procedió a construir la estructura completa de los costos, integrando cada una de ellas hasta obtener un precio de referencia para exportación de acuerdo con la solicitud inicial.



	A	B	C	D	E
	Item	\$/kg	USD/kg	\$/contenedor	USD/contenedor
1	Costo de producción	\$ 6.500	USD 1,76	\$ 182.000.000	USD 49.189,19
2	Empaque	\$ 189	USD 0,05	\$ 5.292.000	USD 1.430,27
3	Saco con Linner	\$ 508	USD 0,14	\$ 1.880.200	USD 508,16
4	Operarios empaque	\$ -	USD 0,00	\$ -	USD 0,00
5	Paletizado (enzunchado, vinipelado...)	\$ -	USD 0,00	\$ -	USD 0,00
6	Cargue	\$ 40	USD 0,01	\$ 1.120.000	USD 302,70
7	Transporte a puerto - Cartagena	\$ 232	USD 0,06	\$ 6.500.000	USD 1.756,76
8	Agenciamiento aduanero	\$ 54	USD 0,01	\$ 1.500.000	USD 405,41
9	Gastos portuarios	\$ 146	USD 0,04	\$ 4.100.000	USD 1.108,11
10	Gastos de aduana (documentación oficial)	\$ 54	USD 0,01	\$ 1.500.000	USD 405,41
11	Gastos de Consolidación (otros)	\$ 71	USD 0,02	\$ 2.000.000	USD 540,54
12	CFF	\$ 41	USD 0,01	\$ 1.143.827	USD 309,14
13	Financieros (4*1000)	\$ 33	USD 0,01	\$ 915.062	USD 247,31
14	Costo FOB	\$ 7.868	USD 2,13	\$ 207.951.089	USD 56.203,00
15	Rentabilidad FOB	15%	15%	15%	15%
16	Precio de venta FOB	\$ 9.048	USD 2,45	\$ 239.143.752	USD 64.633,45
17	Flete marítimo -> Cartagena - Qingdao	\$ 205	USD 0,06	\$ 5.735.000	USD 1.550,00
18	Seguro y otros (BL, Handling)	\$ 75	USD 0,02	\$ 2.109.000	USD 570,00
19	CFF	\$ 41	USD 0,01	\$ 1.143.827	USD 309,14

Imagen 4. Estructura de costos

1.2. Elaboración de cotización comercial para exportación de panela – Incoterm FOB

Como parte del ejercicio de análisis para operaciones de comercio exterior, se realizó la estructuración de los costos logísticos de exportación para una operación de panela bajo el Incoterm **FOB (Free On Board)**, con el fin de determinar un precio de referencia para una posible operación internacional.

El ejercicio se desarrolló para un volumen total de **10 pallets**, equivalentes a **840 cajas**, con un peso aproximado de **10.416 kg**, correspondientes a panela saborizada (naranja, frutos amarillos, maracuyá, mandarina y limón) y panela sabor aguacate, en presentación de **cajas por 24 unidades**.

La distribución por referencias quedó sujeta a definición del cliente. Para efectos del cálculo se utilizó una proyección referencial de **420 cajas de panela sabor aguacate** y **420 cajas de panela saborizada**, únicamente como base para la determinación de valores.

Durante el proceso se realizó la definición de las siguientes variables:

Selección del término de comercio internacional:
FOB (mercancía entregada en el puerto de embarque).

Condiciones comerciales:
Moneda: dólares estadounidenses (USD).

Identificación de componentes de costo:
Se analizaron e integraron los siguientes rubros:



- Con estas variables definidas, se procedió a consolidar la estructura completa de costos hasta obtener el valor FOB de referencia para la operación, el cual sirve como base para la proyección de precios internacionales y la atención de requerimientos comerciales.

Imagen 5. Oferta comercial



#	Código	Descripción	U. Medida	Cantidad	Precio U.	IVA	Dicto.	Total
1	1701910000	Mezcla de panela con sabores (naranja, frutos amarillos, maracuyá, mandarina, limón)	Caja x 24 unidades	420	137,0 USD	0 USD	0 USD	57.540 USD
2	1701910000	Mezcla de panela con aguacate	Caja x 24 unidades	420	153,0 USD	0 USD	0 USD	64.260 USD
3	1701001300	Panela pulverizada	25 K	40	2,5 USD	0 USD	0 USD	98 USD
					Subtotal:			121.896,0 USD
					Cargas IVA 19%:			
					Descuento:			
					Total:			121.896,0 USD

Imagen 6. Oferta comercial

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

En el marco del proceso de identificación territorial, se desarrolló una jornada de trabajo con los coordinadores departamentales y sus equipos técnicos, con el objetivo de priorizar productores, agro-empresas y cooperativas con potencial de vinculación a proyectos de integración productiva.

Durante la jornada se identificaron iniciativas orientadas al fortalecimiento y mejoramiento de centros de acopio, la optimización de procesos productivos y logísticos, la transición de prácticas informales hacia esquemas organizativos y comerciales más estructurados.

El fin de este proceso es consolidar encadenamientos productivos sostenibles, mejorar la competitividad regional y generar mayor valor agregado mediante la articulación entre producción, transformación y comercialización

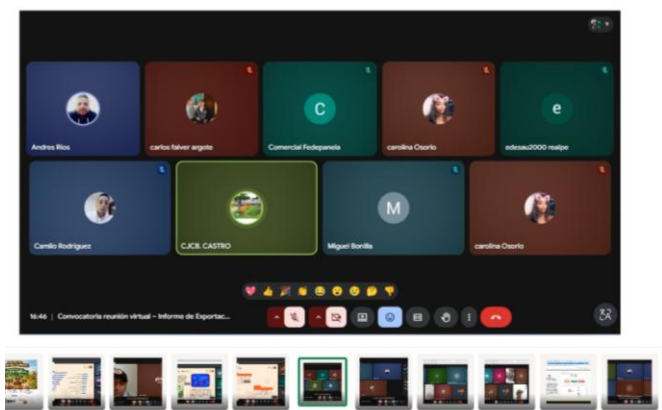


Imagen 7. Identificación de proyectos



3. Caracterización, análisis y propuesta de desarrollo de la cadena de suministro de la panela

Introducción: con el propósito de actualizar el estudio de la caracterización, análisis y propuesta de desarrollo de la cadena de suministro desde la cosecha a la producción y comercialización de la panela”, se inició un proceso de recolección de información técnica, sectorial y territorial.

El objetivo de esta primera fase es consolidar las fuentes que fundamentarán la actualización en el análisis estructural de la cadena panelera en Colombia, es importante tener en cuenta que se debe realizar una articulación y cruce de información con Ministerio de Agricultura y otras entidades relacionadas con el subsector y que manejan datos de este.

Búsqueda e Identificación de Información

Durante esta etapa se revisaron documentos y sistemas de información del subsector provenientes de;

Fuentes institucionales identificadas

- **AGROSAVIA – Corpoica - Guía metodológica para el análisis de sistemas productivos agroindustriales regionales a través de herramientas de gestión estratégica**

Se localizaron estudios, cifras sectoriales recientes y especialmente una guía metodológica para la caracterización de cadenas relevante como apoyo en la ruta de análisis de la cadena del subsector de la panela.

Estos documentos permiten tener bases para actualizar los parámetros que se deben tener en cuenta para la caracterización de la cadena de valor.

- **Documento Cadena Agroindustrial de la Cadena - Dirección de cadenas Agrícolas y forestales – 2019 del Ministerio de Agricultura**

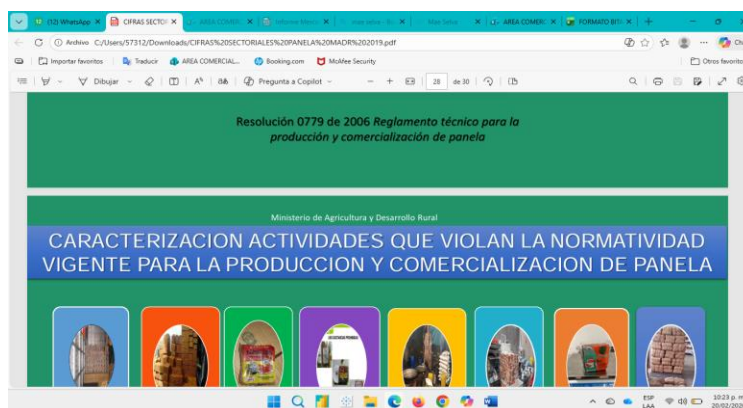


Imagen 8. Caracterización de actividades



- **Sistema de Información Panelero – SIPA – FEDEPANELA y Fondo de Fomento**
Este sistema aporta información del subsector panelero, incluyendo estadísticas detalladas sobre precios de mercados, costos, cifras sectoriales en cuanto cultivos, cosecha, producción etc.

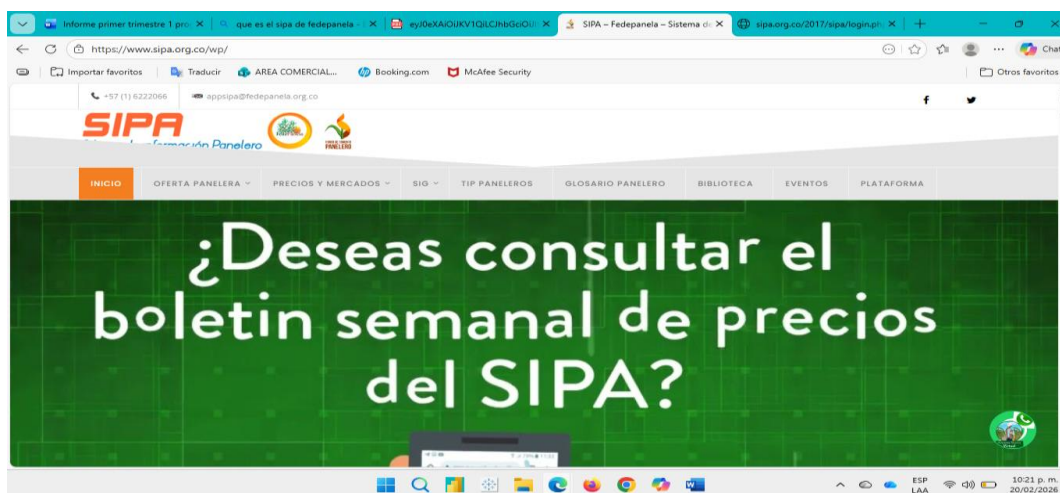


Imagen 9. SIPA

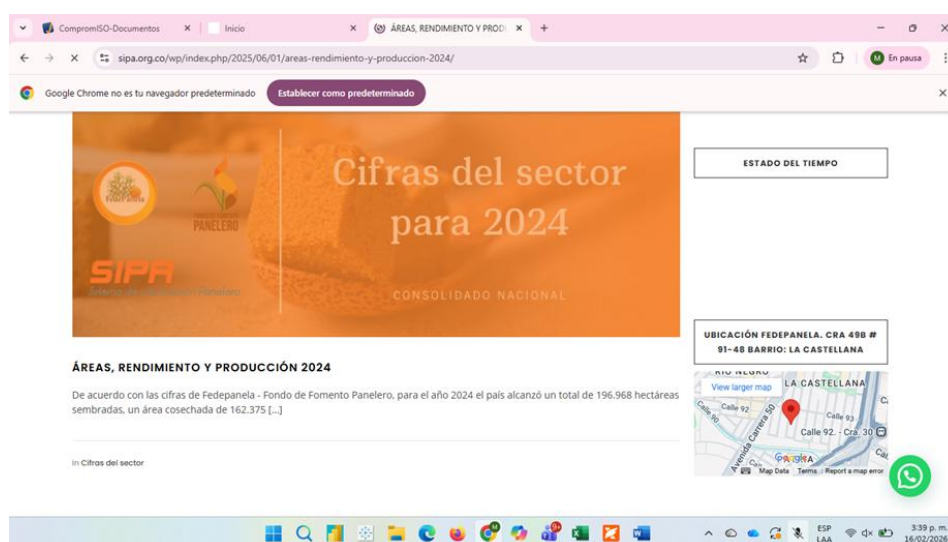


Imagen 10. Ruta SIPA

- **Recepción de Información Primaria – Coordinadores Departamentales**

Cra 49 B No. 91 - 48 La Castellana Tels.: 622 20 66 - 622 26 55 - 622 27 88
www.fedepanela.org.co Nit.: 800.059.44-1 información@fedepanela.org.co
Bogotá, D.C. - Colombia



Se realizaron reuniones con los coordinadores departamentales de FEDEPANELA y el Fondo de Fomento Panelero, con el fin de socializar el informe de exportaciones con corte al año 2025 y la búsqueda de información de primera mano relacionada con las dinámicas locales de producción, comercialización y organización.

Fecha	Departamento	Hora	Link
16/02/2026	Antioquia	3:00 p. m.	https://meet.google.com/eyc-trpr-fvz
	Tolima	4:00 p. m.	https://meet.google.com/ebj-yobq-cfx
	Boyacá	5:00 p. m.	https://meet.google.com/tnt-xavy-jwc
17/02/2026	Santander	3:00 p. m.	https://meet.google.com/tek-ytfu-pnm
	Cundinamarca	4:00 p. m.	https://meet.google.com/imd-vvzo-tpq
	Norte de Santander	5:00 p. m.	https://meet.google.com/jic-krjx-prp
18/02/2026	Nariño	3:00 p. m.	https://meet.google.com/wua-uygz-rem
	Huila	4:00 p. m.	https://meet.google.com/bxw-ruer-nof
	Caquetá	5:00 p. m.	https://meet.google.com/ikh-brxy-uqk
19/02/2026	Cauca	3:00 p. m.	https://meet.google.com/wzc-ggmz-hio
	Valle del Cauca	4:00 p. m.	https://meet.google.com/woq-ijxw-xoa
20/02/2026	Caldas	3:00 p. m.	https://meet.google.com/xoh-stfg-jyb
	Risaralda	4:00 p. m.	https://meet.google.com/ebe-vaed-bvg

Imagen 11. Cronograma de reuniones coordinadores departamentales



Imagen 12. Comportamiento de las exportaciones durante el 2025



Imagen 13. Reunión con Tolima



Imagen 14. Uso contingentes

La información se recopiló a través del formato de preguntas para la caracterización por departamento el cual contiene los siguientes ítems:

- Datos generales del territorio.
- Producción anual y estacionalidad.
- Composición tecnológica de trapiches.
- Certificaciones presentes.
- Mercados actuales y porcentajes de destino.
- Presentaciones comercializadas y volúmenes mensuales.
- Precios promedio recientes.
- Diversificación y transformación del producto.
- Identificación de compradores, alianzas y agroindustrias relacionadas.
- Retos y oportunidades comerciales.



Imagen 15. Formato captura de información

https://fedepanela.sharepoint.com/sites/AREACOMERCIAL/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7B988DB94F-9A41-4A94-A7F4-3B1B9C6ACD08%7D&file=Preguntas%20caracterizaci%C3%B3n%20departamentos%20V2.docx&action=default&mobilredirect=true&CT=1771645302569&OR=ItemsView

- **Estado de la información recolectada**

- Se cuenta con formularios diligenciados por cada coordinador.
- La información recibida se encuentra en proceso de consolidación y normalización.
- Se identifica un alto valor cualitativo en las observaciones sobre retos, oportunidades y expectativas regionales.

- **Próximos pasos**

Una vez concluida esta etapa de identificación y recepción de información, los siguientes momentos esperados del informe incluirán:

- Consolidación y análisis cuantitativo de la información departamental.
- Diagnóstico estructural de la cadena (producción–transformación–comercialización).
- Identificación de brechas y nodos críticos.
- Formulación de propuestas de desarrollo y fortalecimiento de la cadena.
 - Tipos de información recopilada.
 - Producción y rendimientos estimados por regiones.
 - Evolución tecnológica de trapiches (tradicional, tecnificado, mixto).
 - Información sobre certificaciones y estándares de calidad.
 - Estadísticas de mercado (precios, destinos, presentaciones).
 - Estudios sobre consumo interno y oportunidades de exportación.

Esta primera revisión permitió establecer una desactualización en las cifras sectoriales del subsector panelero durante los últimos años y que se debe tener un trabajo articulado institucional para su actualización.

- **Informe de gestión para la apertura de nuevos mercados en la agroindustria y el canal horeca**



En el marco de las actividades de fortalecimiento comercial desarrolladas durante el primer trimestre de 2026, se adelantó el proceso de caracterización, actualización y organización de la base de datos del canal HORECA, con énfasis en los establecimientos ubicados en la zona norte de Bogotá y en los municipios de La Calera y Sopó; también dos acercamientos con casinos de Aso-colflores, Grupo Chía y casinos de operadores minas de carbón Carboacol SAS.

Restaurantes de Carnes del Norte.					
Nombre establecimiento	Dirección	Teléfono	Correo electrónico otro	UP2	Ruta
La Mocherita Steakhouse - Punto 109	Calle 129 #109-32 Local 2, Bogotá	311 832 0819	amocherita@realhouse.com	Santa Bárbara	1
Santa Cecilia - Usaquén	Calle 120 con Cra. 84, mejuna, Bogotá	316 394 4481	refed@pantacilla.co	Santa Bárbara	1
745 Steakhouse	Calle 119 #10-28, Bogotá	316 437 4353	https://www.facebook.com/Restaurant745	Usaquén	1
La Botique de las Carnes - CI 78	Calle 78 #12-158, Bogotá	(601) 300 4777 / (601) 300 4788	https://www.facebook.com/labotiquechicologo	Chicó Lago	1
Restaurante Estancia Chica (Parque 93)	Calle 134 #138-50, Bogotá	602 611 5401	https://www.facebook.com/estanciachica	Chicó Norte	1
Media Res Steak House	Calle 119 #10-17, Bogotá	(601) 358 9831	https://www.facebook.com/restaurantemediares	Usaquén	1
Oso Bogotá	Carrera 13 #75-33, Bogotá	+57 316 831 1714	https://www.facebook.com/osoconcrete	La Porciúncula	1
Sr. Grill (Pasadena)	Calle 100 #50-38, local 10, Bogotá	+57 301 373 4551		Pasadena (Suba)	1
La Cabrera - Zona G	Calle 69A #5-19, Bogotá	+57 314 435 6985	hola@la-cabrera.co	Chapinero Alto	1
La Bramerie	Carrera 13 #85-35, Bogotá	(602) 257 6402 / 313 889 4213	labramerie@elisa.net	El Retiro (Chapinero)	1
Comella	Carrera 94 #98-01, Bogotá	+57 318 636 7725 / (1) 755 9767	mercaderes@comella.com.co	Chicó Lago	1
Gran Parrilla Boyacense - Calle 162	Calle 162 #23-48, Bogotá	(602) 746 6785 / (1) 678 1838	administrativo@granparrillaboyacense.com.co	Tobierito (Usaquén)	1
Carbón de Palo (Jls. 19)	Av. Carrera 19 #114-10, Bogotá	(601) 915 6016		San Párcio (Usaquén)	1
La Bonga del Sol - Pepe Sierra	Calle 114 #19-85, Bogotá	(601) 521 9494 / 318 239 3500	servicioalcliente@labongadelosol.com	San Párcio (Usaquén)	1
La Biferia - Calle 109	Calle 109 #17-14, Bogotá	(601) 214 2673		Santa Bárbara (Usaquén)	1
La Biferia - Usaquén	Carrera 6A #17-40, Bogotá	(1) 213 4770 / 320 204 9390	servicioalcliente@labiferia.com.co	Usaquén	1
				Quinta Camacho	1

Imagen 16. Base de datos y carta de acercamiento a casinos

Acercamiento casinos empresas afiliadas a Coquecol en el marco de las acciones de gestión y prospección comercial adelantadas durante el primer trimestre de 2026, se realizó un acercamiento institucional a los casinos de las minas de carbón operadas por la empresa Coquecol, ubicadas en los municipios de Lenguaque y Guachetá, departamento de Cundinamarca. Dicho acercamiento fue gestionado a través de la señora Irza Hurtado, evaluadora en competencias del sector minero, quien facilitó el contacto institucional y la articulación con la empresa.

Vale 8:44 a.m.
Te llamo en la tarde 8:44 a.m.

Hoy

Portafolio Horeca Fedepanela.pptx
PPTX - 21 MB

11:48 a.m.

Son agroempresas, que trabajaron con Campesena y Fedepanela los ha apoyado tienen produccion constante y precios mas baratos.

11:49 a.m.

Comparto el Portafolio, para panela de 250 gramos, 500 gramos en pastilla que viene en caja de 16 kilos con 32 unidades

11:51 a.m.

ÁREA COMERCIAL FONDO DE FOMENTO PANELERO - FEDEPANELA					
FORMATO DE ACTA			 		
Tema reunión o actividad: reunión evaluadora de competencias minas de Carbón			Fecha: 18 de febrero del 2026		
Responsable o organizador: Carlos Joaquín Castro			Dependencia: Área Comercial		Acta No. 02
Tipo de reunión	Presencial	Virtuales	Hora: 11:30 am a 12:30 pm		
Nº	NOMBRE (Y APELLIDOS)	INTENTO DE CONTACTO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO	FORMA
1	Irza Magnolia Hurtado	Competencias Mineras del Carbón Coquecol	irzahurtado@coquecol.com	3168880928	Digital
2	Carlos Joaquín Castro Bultrago	Fedepanela Comercio	ccastro@fedepanela.org.co	3152342481	
3					
4					

Imagen 17. Portafolio a operadores Coquecon y acta de reunión

Durante el encuentro, se acordó que dicha información se socializo en reunión interna programada el 19 de febrero de 2026 en el municipio de Ubaté, con la participación de los coordinadores de las áreas de salud ocupacional y alimentación humana de la fundación Funcarbon.



Este espacio permitió levantar y consolidar información de los establecimientos y actores interesados, con el fin de identificar oportunidades concretas de articulación comercial y fortalecer los procesos de vinculación institucional con los casinos mineros.

Se logró establecer un nuevo mercado estratégico con Comfenalco Tolima, a través del Departamento de Compras liderado por el Ing. John Edwin García (Comfenalco y Área comercial Fedepanela), impactando directamente la línea HORECA (hoteles, restaurantes y casinos afiliados a la caja de compensación).

Como resultado de la gestión, se concretó la vinculación comercial de la agro-empresa **Agro primavera**, y la asociación de productores paneleros de la región primavera con domicilio en Villahermosa-Tolima, afiliados a Fedepanela y representada legalmente por el señor Manuel Incapié.

Productos en oferta:

- Panela en sachet (paquetes x 1.000 unidades)
- Panela pulverizada x 25 kg
- Panela tipo pastilla x 250 g
- Panela tipo pastilla x 500 g

Impacto comercial:

- Activación de canal institucional en el departamento del Tolima.
- Formalización de pedidos con frecuencia semanal (cada 8 días).
- Relación comercial directa entre la agro-empresa y el Departamento de Compras.
- Generación de flujo de ventas recurrente para la agro-empresa afiliada, con sus productores aliados villahermosa Tolima.



Imagen 18. Reunión Comfenalco



Verificados los requisitos establecidos en el Artículo 38 de la Resolución 2674 de 2013 y la Resolución 719 de 2015, y en cumplimiento con las disposiciones sanitarias para la concesión de dicho trámite, la Dirección de Alimentos y Bebidas del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA, .

RESUELVE

ARTICULO PRIMERO: Conceder NOTIFICACION SANITARIA por el termino de DIEZ (10) años al producto que se describe a continuación:

NOTIFICACION SANITARIA No.:	NSA-0015895-2024		
VIGENTE HASTA:	2034/04/10		
EXPEDIENTE:	20276565	RADICACION:	20241084935
MODALIDAD:	FABRICAR Y VENDER		
PRODUCTO:	PANELA VARIEDADES 1. BLOQUE, 2. PASTILLA, 3. PANELITAS, 4. PULVERIZADA, 5. PANELA PULVERIZADA CON SABOR A LIMÓN, 6. PANELA PULVERIZADA CON YERBABUENA, 7. PANELA PULVERIZADA CON SABOR A MARACUYÁ, 8. PANELA PULVERIZADA CON SABOR A BANANO.		
MARCA:	PANAILCO, DON SIFA, PANELA EL HORNERO, MIELES EL ARRIERO, DULCES EL ARRIERO, PASTILLA LA ENRAMADA, DULCES EL ARRIERO, LICOR DE CAÑA EL ARRIERO, RICURAS DE PRIMAVERA, CERVEZA EL ARRIERO DE PRIMAVERA, PANELA PULVERIZADA SABORIZADA EL ARRIERO		
PRESENTACION COMERCIAL:	Desde 25 g Hasta 30000 g.		
TITULAR(ES):	ASOCIACION DE AGRICULTORES PANELEROS Y OTROS PRODUCTOS DE LA REGION PRIMAVERA con domicilio en VILLAHERMOSA - TOLIMA.		
FABRICANTE(S):	ASOCIACION DE AGRICULTORES PANELEROS Y OTROS PRODUCTOS DE LA REGION PRIMAVERA Ubicado en la VDA PRIMAVERA, con domicilio en		

Imagen 19. Notificación

AGROINDUSTRIA

Con el propósito de fortalecer las relaciones comerciales y ampliar la red de clientes potenciales en el sector agroindustrial de la panela, se desarrolló un proceso sistemático de identificación, contacto y acercamiento con agro empresas, asociaciones o entidades relacionadas ubicadas en diferentes regiones del país.

Se presenta los avances logrados en la fase inicial, incluyendo la búsqueda de estas empresas, los primeros contactos establecidos y las gestiones comerciales en curso.

I) Búsqueda e identificación de agro empresas

La primera etapa consistió en identificar agro empresas, asociaciones o instituciones que agrupen empresas con potencial de compra y uso de productos derivados de la panela o con interés en desarrollar nuevas líneas comerciales relacionadas con este producto.

II) Metodología en la identificación

Se utilizaron diferentes canales para la búsqueda:

- Clasificación por sector (Confitería, Panificación, Bebidas, Belleza, Farmacéutica, etc.).
- Búsqueda en la web.
- Recomendaciones directas de contactos estratégicos del sector.
- Información obtenida en procesos previos de caracterización departamental a través de las reuniones programadas con los coordinadores departamentales de FEDEPANELA y Fondo de Fomento Panelero y la información registrada en el formulario para la caracterización comercial de la panela por departamento

III) Resultados de la Identificación

El proceso permitió construir un listado inicial con el agro empresas identificadas con mayor afinidad con el portafolio de productos.



Columna1	Empresa	Dirección	Ciudad	Contacto	Cargo	Teléfono
	MAE SELVA - Sector Belleza	Carrera 9 No. 94 A - 32 Oficina 303 Bogotá - Colombia	Bogotá			318 743 5405
	Cámara industria de alimentos de la ANDI		Bogotá			
	Cámara belleza de la andi		Bogotá			
	Asociación de Cerveceros Artesanales de Antioquia		Medellín			
	ASACA					
	Asociación de Cerveceros Independientes de Colombia ACIC		Bogotá			
	Gelatinas de pata las delicias		Risaralda			
	Juan de Jesús - Gelatina de Pata		Bogotá			
	Molino Verde - productos naturales					

Imagen 20. Resultados de identificación

- Asociación de cerveceros independientes – ACIC - Bogotá
- Asociación de cerveceros artesanales de Antioquia - ASACA - Medellín
- MAE Selva, produce productos para el cuidado personal utilizando panela y otros ingredientes naturales - Bogotá.
- Gelatina de Pata las delicias – Santa Rosa de Cabal.
- Juan de Jesús productor de gelatina de pata - Bogotá
- Yenny Murillo, comercializadora de panela - Bogotá
- Cámara de la industria cosmética y aseo de la ANDI; La Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI se creó con el propósito de desarrollar con los empresarios del sector, acciones que tiendan a su fortalecimiento y beneficio, coordinando esfuerzos a través de la Asociación. Esto en el campo industrial, de comercio y servicios - Bogotá.
- Cámara de la industria de alimentos de la ANDI: La Cámara de la Industria de Alimentos reúne las empresas más importantes del sector dedicadas a alimentar a Colombia y el mundo - Bogotá.
- Oroz Artesanal, producción de bebidas gasificadas - Bogotá

IV) Primer contacto con agro empresas, asociaciones o instituciones identificadas

Luego de la identificación, se inició un proceso de acercamiento para generar interés y validar la disposición a establecer una relación comercial.

Los primeros acercamientos se realizaron mediante:

- Llamadas telefónicas directas
- Mensajes de WhatsApp

Orientadas a presentar brevemente los productos y solicitar un espacio de diálogo.

V) Resultados

- Asociación de cerveceros independientes – ACIC - Bogotá



Se tuvo contacto con el sr. Wilson Pérez, se le socializó la estrategia que se tiene desde la federación en cuanto a la articulación y alianzas comerciales, por temas internos de proceso en la asociación, se realiza una vinculación al grupo de WhatsApp con 490 miembros a nivel nacional, allí se buscará un espacio para presentar la federación y la estrategia, el objetivo generar interés por alguno de los asociados y poder realizar un acercamiento directo con los interesados

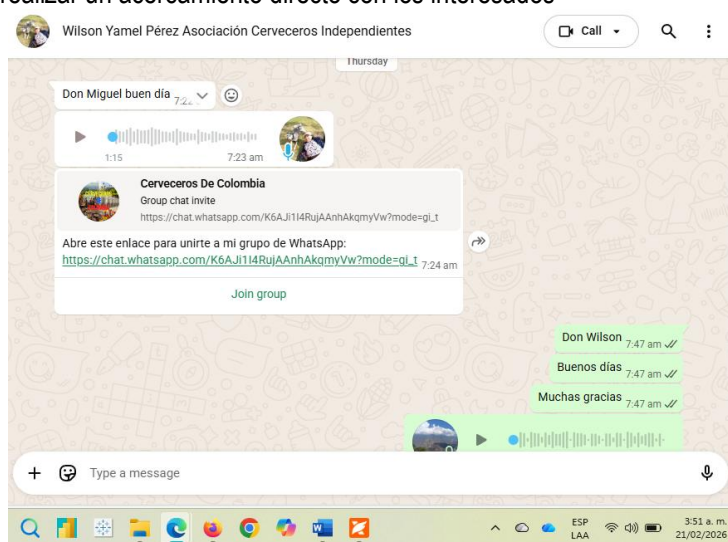


Imagen 21. Comunicación

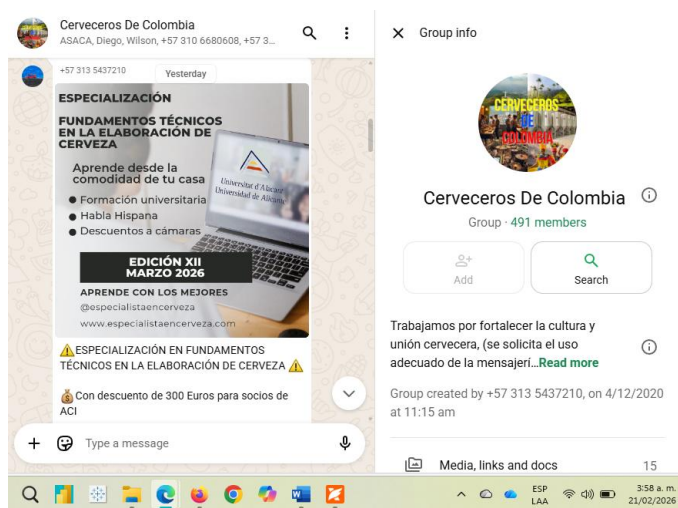


Imagen 22. Conversación

- **Asociación de cerveceros artesanales de Antioquía - ASACA - Medellín**



Se tuvo contacto con el sr. Jaramillo, se socializó la estrategia que se tiene desde la federación en cuanto a la articulación y alianzas comerciales, de acuerdo con la aceptación se solicita un segundo acercamiento a través de una reunión virtual, el cual se agenda para el día 25 de febrero de 2026, a partir de las 4:00 pm, para dicha reunión se invita al Ingeniero Néstor Triana, para el acompañamiento técnico.

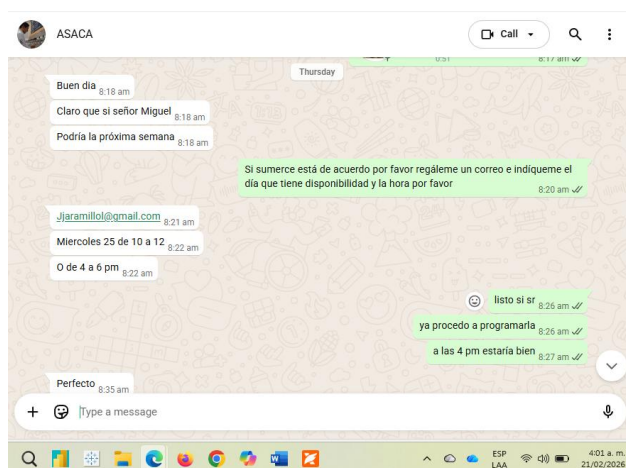


Imagen 23. Comunicación ASACA



Imagen 24. Cronograma reunión

- **MAE Selva, produce productos para el cuidado personal utilizando panela y otros ingredientes naturales - Bogotá.**

Se tiene contacto con la Sra. Paula Melo, administradora de MAE Selva, se socializó la estrategia que se tiene desde la federación en cuanto a la articulación y alianzas comerciales, me indica que nos dará un espacio para conversar sobre la estrategia comercial.

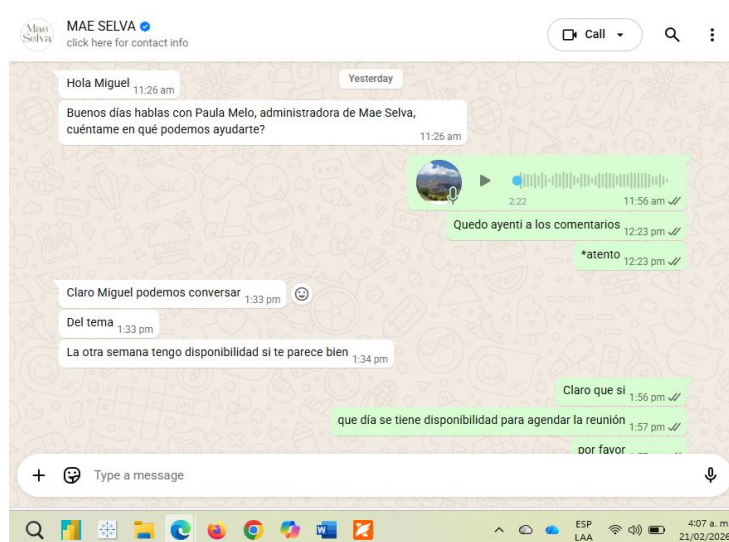


Imagen 25. Comunicación MAE SELVA

- **Gelatina de Pata las Delicias – Santa Rosa de Cabal.**
Se tuvo contacto con la Sra. Lina, se socializó la estrategia que se tiene desde la federación en cuanto a la articulación y alianzas comerciales. Requiere una cotización para 30 pacas mensuales (Varía puede ser un poco más), panela redonda de 1000g, se debe enviar cotización, ficha técnica y foto o muestra.

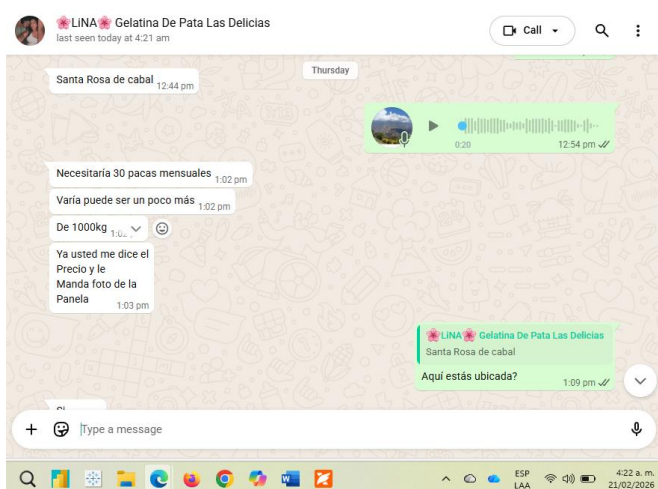


Imagen 26. Comunicación Gelatina de pata

- **Juan de Jesús productor de gelatina de pata - Bogotá**



Se realizó contacto telefónico con el señor Juan de Jesús, quien no maneja WhatsApp. Durante la llamada, se socializó la estrategia definida desde la federación respecto a la articulación y generación de alianzas comerciales.

El señor Juan informó que tiene una producción artesanal de gelatina de pata y un consumo aproximado de 1 tonelada mensual, la cual adquiere mediante pedidos semanales hasta completar dicho volumen. Mencionó, además, que actualmente le ha ido bien con su proveedor habitual.

Por otro lado, indicó que debemos volver a comunicarnos con él, pues nos compartirá el contacto de otra productora de gelatina de pata ubicada en la zona donde reside (al sur de Bogotá). Solicita que se le socialice la oferta comercial a dicha productora y, en caso de que ella acepte, él estaría dispuesto a unirse a esa alianza.

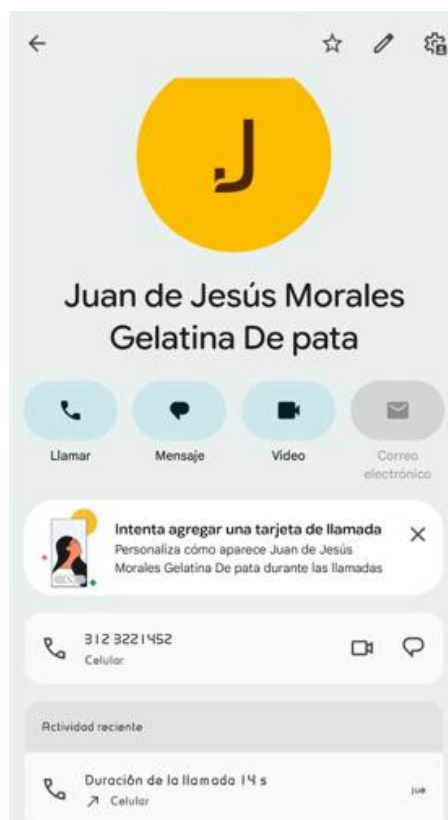


Imagen 27. Comunicación Juan de Jesús

- **Yenny Murillo, comercializadora de panela - Bogotá**

Se estableció contacto con la señora Yenny Murillo, comercializadora de panela en presentación tipo pastilla. Durante la conversación, se socializó la estrategia definida por la federación en relación con la articulación y creación de alianzas comerciales.



La señora Yenny solicitó precios para panela en pastilla en volúmenes superiores a una tonelada semanal. Comentó que actualmente compra el producto en Santander a un valor de \$82.000 pesos MCTE por caja, puesta en Bogotá. Asimismo, expresó su interés en cambiar de proveedor por temas de calidad y en adquirir el producto en Cundinamarca.

La solicitud fue compartida con la coordinadora comercial y, con base en la estructura de costos, se ofreció un precio de \$112.000 pesos por caja puesta en Bogotá.

Finalmente, la señora Yenny manifestó que el precio se le hacía muy alto, por lo cual se da por cerrada la gestión comercial.

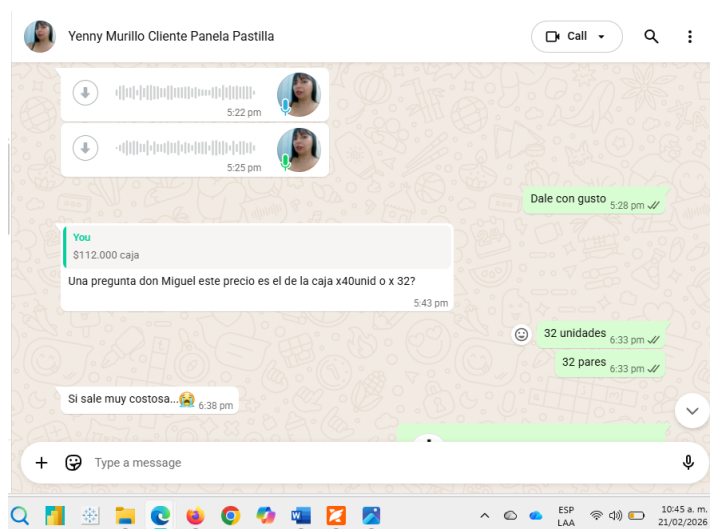


Imagen 28. Reunión con la comercializadora de panela

- **Cámara de la industria cosmética y aseo de la ANDI;**

Se identificó a la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), como un posible articulador con la agroindustria o relacionadas y como un aliado potencial para promover el uso de panela como insumo en los procesos productivos de las industrias asociadas.

Por tal motivo, se envió un correo electrónico a la cámara de la industria y aseo, solicitando un espacio de articulación y socialización de la estrategia comercial por parte de la federación. Actualmente, estamos a la espera de su respuesta.

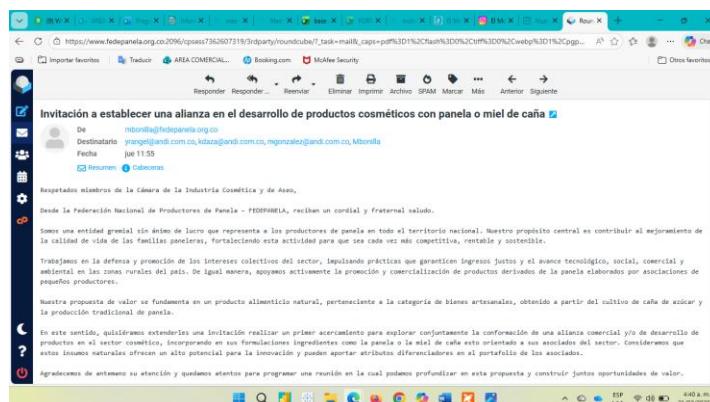


Imagen 29. Correo Andi

- **Cámara de la industria de alimentos de la ANDI:**

Se identificó a la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), como un posible articulador con la agroindustria o relacionadas y como un aliado potencial para promover el uso de panela como insumo en los procesos productivos de las industrias asociadas.

Por tal motivo, se envió un correo electrónico a la cámara de la industria alimentos, solicitando un espacio de articulación y socialización de la estrategia comercial por parte de la federación.

Se recibió respuesta por parte del director ejecutivo, **Camilo Montes Pineda**, quien agradece la invitación y solicita al coordinador de encadenamientos de la **Cámara de la Industria de Alimentos** revisar el tema con nosotros.

Posteriormente, se estableció contacto con **Elvin Rincón** y se agendó la reunión para el día 24 de febrero de 2026.

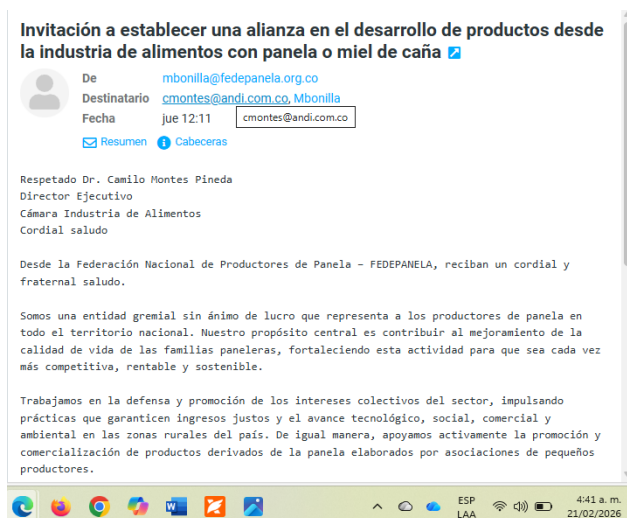




Imagen 30. Correo de invitación

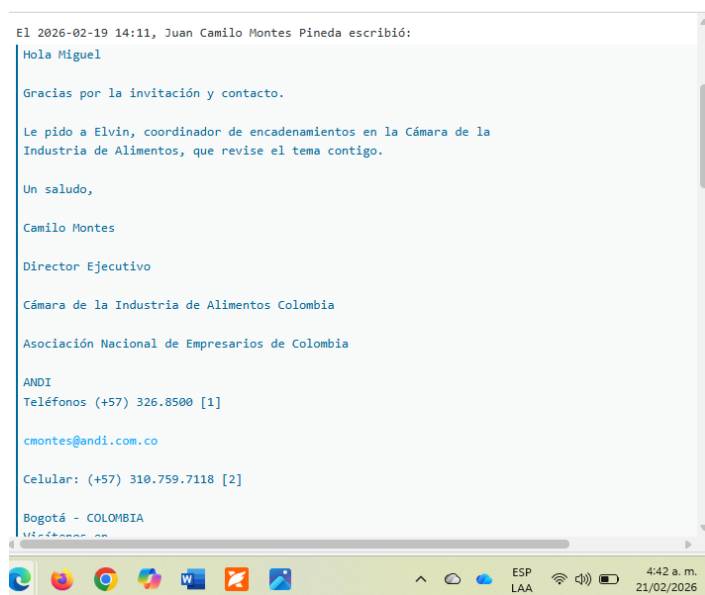


Imagen 31. Evidencia de correo



Imagen 32. Reunión de alianza

- **Oroz Artesanal, producción de bebidas gasificadas - Bogotá**

Se restableció contacto con el señor **Diego Orozco**, un pequeño productor de bebidas gasificadas elaboradas con miel de caña como materia prima. En las conversaciones iniciales, realizadas a finales de 2025, se socializó la estrategia definida por la federación frente a la articulación y creación de alianzas comerciales.



El señor Diego manifestó gran interés en avanzar y en articulación con el área de calidad de la federación, se acordó iniciar acercamientos orientados al desarrollo de producto y al abastecimiento de materia prima. Se coordinará una reunión para definir los objetivos y alcances de este posible proyecto.

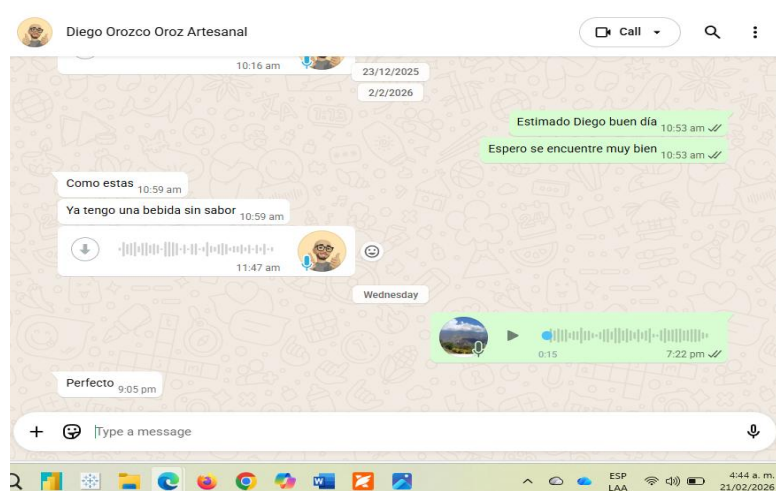


Imagen 33. Conversación de bebidas

VI) Gestión en la elaboración de cotizaciones;

- **Cotización Tostao**

Dando continuidad al primer acercamiento comercial realizado en noviembre de 2025 a través del ingeniero Edward Posada, este solicita una cotización de panela en presentación sachet y panela pulverizada a granel (bulto de 25 kg), para volúmenes de 500 kg, 1.000 kg y superiores.

Se elaboró la estructura de costos de ambos productos y se preparó la cotización correspondiente, la cual fue enviada a la coordinadora comercial para su aprobación.

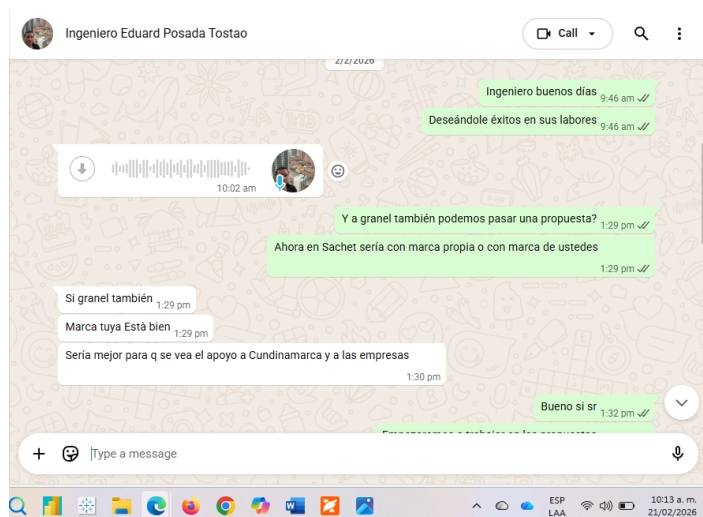


Imagen 34. Evidencia de cotización

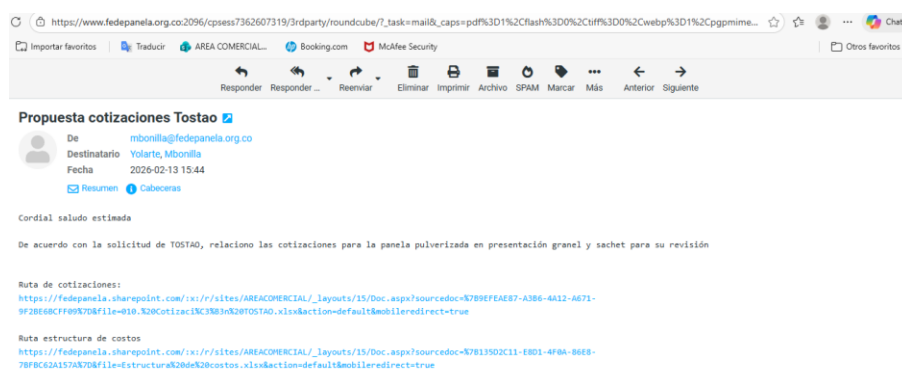


Imagen 35. Evidencia propuesta de cotizaciones

- **Acercamientos Comerciales**

Embajada Argentina - Fedepanela

Durante la reunión se realizó un seguimiento integral al proceso de introducción y posicionamiento de la panela colombiana en el mercado argentino, destacando avances significativos en la estrategia comercial y de marca. Jorge Luis Peña Balanta señaló que la experiencia de posicionamiento de productos colombianos en Argentina, como café y chocolate, ha sido positiva, y que la panela presenta un alto potencial, aunque enfrenta un reto importante de desconocimiento por parte del consumidor argentino, quien suele asociar este tipo de productos con el azúcar. Por



esta razón, se enfatizó la necesidad de desarrollar un trabajo previo y sostenido de marketing y educación del mercado.

En el ámbito comercial, se informó que ya se iniciaron visitas a confiterías, panaderías y establecimientos del sector gastronómico en Buenos Aires y Rosario, con el fin de presentar el producto, entregar muestras y socializar sus características diferenciales. A partir de estas visitas, se evidenció que la panela no es percibida como un producto equivalente a la azúcar refinada, debido a su proceso artesanal y a la conservación de sus propiedades nutricionales, lo cual representa un valor agregado que debe ser comunicado de manera clara y estratégica para lograr su posicionamiento. Se resaltó, además, la importancia de mostrar la versatilidad de la panela como ingrediente multiuso en distintos canales.

Respecto al portafolio de productos, se revisaron las presentaciones cotizadas, entre ellas la panela pulverizada a granel en sacos de 25 kilogramos para el canal agroindustrial, las sodas en lata de diferentes sabores, las mieles de caña saborizadas y las aromáticas en cubo, tanto naturales como saborizadas. Se aclaró que los productos naturales no generan IVA, con excepción de las presentaciones saborizadas.

Adicionalmente, se solicitó complementar la información comercial con los precios del aguardiente, el guarapo y las cervezas, con el fin de evaluar integralmente la oferta para el mercado argentino. En cuanto a la cotización y logística, se indicó que los precios enviados en pesos colombianos y expresados por kilogramo son viables para la operación; sin embargo, se solicitó remitir una nueva cotización con precios FOB Cartagena, considerando la consolidación de la carga en dicho puerto y los costos logísticos asociados que no estaban contemplados inicialmente. Este ajuste es necesario para continuar con el análisis financiero y la estructuración de la operación de exportación. Sobre las condiciones de pago, se informó que la compra será realizada por la empresa REACSA, mientras que Aroma se encargará del posicionamiento del producto en el mercado. Se explicó que, debido a las restricciones del sistema financiero argentino, no es posible operar con cartas de crédito, y que la liberación de divisas solo se permite entre 30 y 60 días después de la nacionalización de la mercancía. Como alternativa, se planteó un esquema de pago mixto, en el cual un porcentaje del valor total se cancelaría a través de Uruguay y el saldo restante se pagaría desde Argentina dentro de los plazos permitidos por la normativa local. Esta propuesta será revisada internamente por el área financiera de Fedepanela.

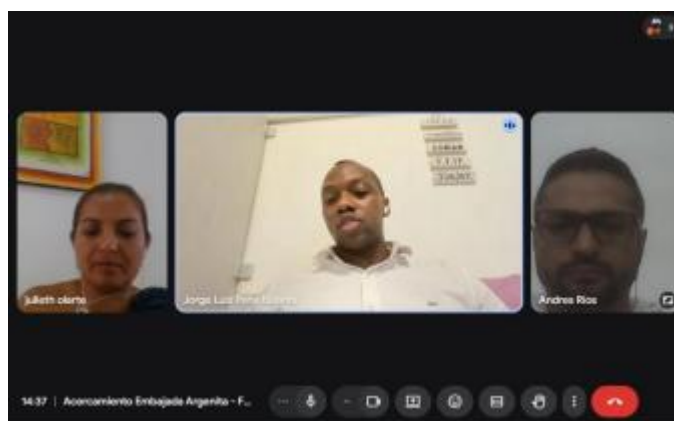


Imagen 36. Reunión con la embajada de Argentina



Delta Food Imports LLC & Coopcultivarte

Se llevó a cabo el acercamiento comercial entre Andrés Felipe Ospina, representante de Delta Food Imports en la región de New England (Estados Unidos), y Eduardo Hernández, representante Coopcultivarte, con el acompañamiento correspondiente. El objetivo del encuentro fue explorar oportunidades de negocio para la exportación de panela y sus derivados hacia el mercado estadounidense.

Durante la reunión, el señor Ospina explicó la dinámica del mercado en la región de New England, donde atiende cinco estados (Massachusetts, Connecticut, Rhode Island, Vermont y New Hampshire), con enfoque en productos étnicos secos y congelados, bajo diferentes marcas propias. Señaló que actualmente comercializa principalmente panela fraccionada y panelitos, con mayor demanda en temporada de invierno (septiembre a febrero). Manifestó su interés en diversificar proveedores con el fin de fortalecer su posicionamiento de marca y proyectar un crecimiento progresivo en volumen, iniciando con un contenedor y escalando a varios contenedores anuales en el mediano plazo, especialmente en temporada alta. Asimismo, expresó interés en evaluar nuevas presentaciones y posibles desarrollos de productos derivados como panela pulverizada y miel de panela tipo sirope, orientados al canal retail.

Por su parte, el señor Hernández presentó a Coopcultivarte, empresa con 32 años de trayectoria en el mercado. Informó que la cooperativa administra una de las centrales de mieles del Tolima, con capacidad aproximada de producción de cuatro contenedores mensuales. Indicó que, desde el inicio del proceso exportador, hace dos años, se han despachado entre 30 y 32 contenedores sin novedades logísticas ni sanitarias. Explicó el proceso productivo, que incluye la compra de miel de caña a 65° Brix, su homogenización en central y posterior transformación hasta producto final con estándares de calidad entre 92 y 93° Brix, cumpliendo con controles de temperatura, procesos y normativa sanitaria, incluyendo requisitos exigidos por la FDA. Se destacó igualmente la posibilidad de trabajar bajo modalidad de maquila o marca privada.

En cuanto a las condiciones preliminares, se planteó como punto de partida un contenedor con una distribución estimada del 30% de panela fraccionada de ocho unidades, 30% de fraccionada de cuatro unidades, 30% de panelitos y 10% de panela redonda. Se discutió la posibilidad de utilizar contenedor de 20 o 40 pies, dependiendo del peso y configuración logística, teniendo como puertos de destino Boston o Nueva York. Se contempló la cotización en términos FOB o CIF y condiciones de pago del 50% de anticipo con la orden de compra y 50% contra liberación del BL, con un tiempo estimado de producción de aproximadamente 14 días desde la confirmación.

Finalmente, el comprador manifestó que analizará la propuesta con su equipo y proyecta realizar compra en el mes de marzo, siempre que las condiciones de precio y competitividad sean favorables. Ambas partes expresaron su disposición de construir una relación comercial de largo plazo, orientada al crecimiento sostenido en volumen y al posicionamiento de marca en el mercado estadounidense.

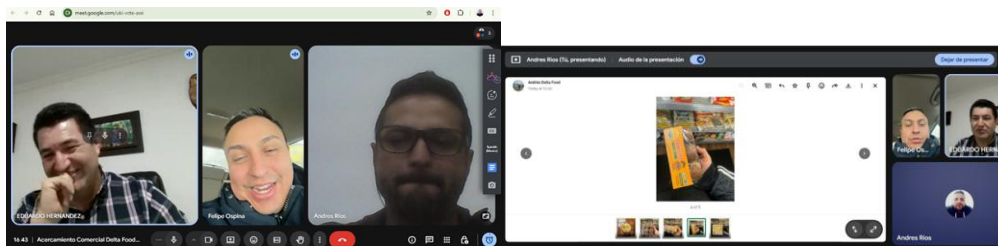


Imagen 37. Acercamiento

Delta Food Imports LLC & Trapiche El Panelero

Se llevó a cabo una reunión entre el señor Andrés Ospina, distribuidor de panela en la región de New England (Estados Unidos), y el señor José Armando Mora, representante de ventas de Trapiche El Panelero S.A.S., empresa productora ubicada en la hoya del río Suárez, Boyacá. El objetivo principal fue explorar la viabilidad de establecer una alianza comercial para el suministro de panela colombiana al mercado del noreste de Estados Unidos.

Durante la reunión, Trapiche El Panelero presentó su trayectoria empresarial, destacando más de ocho años de experiencia en exportaciones y un acumulado aproximado de 150 contenedores enviados a Estados Unidos, sin reportes de inconvenientes logísticos o de calidad. La empresa expuso su capacidad productiva, controles de calidad desde el cultivo hasta el empaque, garantía de vida útil entre seis meses y un año, y experiencia en el desarrollo de diferentes presentaciones: panela fraccionada (4 y 8 unidades), redonda, panelitos y panela pulverizada. Asimismo, manifestaron disposición para ajustar presentaciones y empaques de acuerdo con los requerimientos del distribuidor.

Por su parte, el señor Ospina explicó la dinámica del mercado en la región de New England, donde atiende cinco estados y comercializa principalmente panela fraccionada y panelitos, con mayor demanda en temporada de invierno (septiembre a febrero). Manifestó su interés en diversificar proveedores para fortalecer su posicionamiento de marca y proyectar un crecimiento progresivo en volumen, iniciando con un contenedor y escalando a varios contenedores anuales en el mediano plazo. También mostró interés en evaluar nuevas presentaciones y posibles desarrollos de productos derivados, como panela pulverizada y miel de caña.

Finalmente, ambas partes acordaron continuar el proceso mediante el intercambio de catálogo, fichas técnicas, muestras y material fotográfico para evaluar especificaciones de producto, empaque y viabilidad logística. Se ratificó la disposición de avanzar hacia una relación comercial de largo plazo basada en calidad, cumplimiento y desarrollo conjunto de mercado, contando con el acompañamiento institucional de Fedepanela como entidad facilitadora del acercamiento.

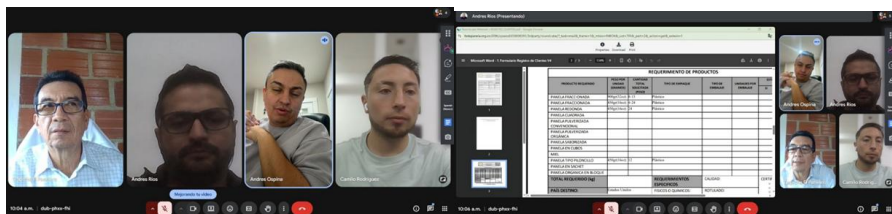


Imagen 38. Acercamiento

Manuel Bogoya – Fedepanela

Se realizará un acercamiento comercial entre el señor **Manuel Bogoya** y la Federación, con el propósito de dar atención al requerimiento de panela tipo piloncillo con destino al mercado de los Estados Unidos, de acuerdo con los lineamientos comerciales establecidos por Fedepanela.

Este acercamiento permitirá identificar las condiciones técnicas, logísticas y comerciales necesarias para estructurar una posible oferta de exportación, así como definir volúmenes, presentaciones y tiempos de entrega requeridos por el cliente.

Manuel Bogoya - Camilo Ribero

Se realizará un acercamiento comercial entre el señor **Manuel Bogoya** y el productor **Camilo Ribero**, con el fin de articular la oferta productiva con la demanda del mercado internacional, específicamente para el suministro de panela tipo piloncillo con destino a los Estados Unidos.

Durante este proceso se busca establecer las capacidades productivas del proveedor, validar condiciones de calidad y presentación del producto, y proyectar una posible operación comercial conforme a los requerimientos del cliente final.

Nancy Pico-Fedepanela

Se realizará un acercamiento comercial entre la Federación y la productora Nancy Pico, en el municipio de Charalá, con el fin de presentar y analizar el **precio promedio de las presentaciones de panela tipo piloncillo y panela fraccionada correspondientes a los últimos dos meses**, como referencia para el **mercado de Estados Unidos (EE. UU.)**, de acuerdo con los lineamientos técnicos y comerciales establecidos por Fedepanela.

Este espacio tendrá como objetivo socializar la información de precios y resolver inquietudes frente al comportamiento del mercado.

Manuel Bogoya – Productores Chitaraque

Se realizará un acercamiento comercial entre la Federación y los productores Chitaraque, con el propósito de identificar su potencial como proveedores dentro de una operación de exportación de panela tipo piloncillo hacia el mercado de los Estados Unidos.



Mediante este acercamiento se busca verificar capacidades productivas, condiciones de calidad y posibles volúmenes de oferta, permitiendo integrar a estos productores dentro de una estrategia de atención comercial orientada a mercados internacionales.

Goex LLC – Alexander Medina

Se realizará un acercamiento comercial entre la empresa Goex LLC y el señor Alexander Medina, con el fin de atender una solicitud relacionada con el suministro de panela tipo pulverizada orgánica con destino al mercado de los Estados Unidos, de acuerdo con los lineamientos comerciales establecidos por la Federación.

Este acercamiento permitirá revisar las condiciones técnicas, logísticas y comerciales necesarias para estructurar una posible oferta de exportación, así como definir volúmenes, presentaciones y tiempos de entrega requeridos por el comprador.

Santiago Arbeláez – Hacienda el Escobal

Se realizará un acercamiento comercial entre el señor Santiago Arbeláez y la organización Haciendo el Escobal, con el propósito de articular la oferta productiva con una posible demanda del mercado internacional para panela tipo piloncillo.

Durante este proceso se busca identificar la capacidad productiva del proveedor, validar las condiciones de calidad y presentación del producto, y proyectar una alternativa de suministro que cumpla con los requerimientos técnicos y comerciales exigidos para operaciones de exportación.

Informes de inteligencia de mercados.

Seguimiento a las Exportaciones – Cuarto Trimestre 2025

La cadena panelera forma parte esencial del agro nacional, reconocida por su impacto financiero y su sólida conexión con tradiciones culturales, sociales y locales. Alrededor de 350.000 hogares rurales obtienen ingresos directos de esta industria, que genera ocupación en zonas apartadas, une comunidades y resguarda métodos de producción heredados.



Gráfico 1. Seguimiento a las exportaciones

Durante 2025, el comercio agropecuario exterior del país logró US\$15.307,4 millones FOB (+33,2%), manteniendo impulso favorable. La panela destacó en canasta agroindustrial con 16.366 toneladas enviadas por USD 28,97 millones (+4,8% cantidad, +14,2% ingresos vs 2024), revalidando atractivo internacional como opción ecológica, saludable para sustituir azúcares refinados.

Dicho informe presenta panorama detallado despachos panela colombiana 2025, revisando métricas volumen, valor FOB, tarifas unitarias, amplitud plazas —con foco consolidación EE. UU./España y avance Europa/Asia/América—, distribución compañías/regiones, obstáculos vigentes y vías desarrollo.

Estos hallazgos sustentan propuestas operativas 2026: elevar vigor competitivo, balancear avances cantidad/ingresos, propulsar esquema expansión perdurable maximizando ganancias comunidades campo dedicadas panela.

Boletines de interés comercial.

Boletín Logística de Exportaciones

Se tiene prevista la elaboración y publicación de un boletín técnico especializado sobre logística de exportación, orientado a fortalecer las capacidades de los actores del ecosistema productivo departamental en materia de comercio exterior. Este documento abordará de manera estructurada los principales componentes de la cadena logística internacional, incluyendo transporte, almacenamiento, seguros, trámites aduaneros, gestión documental y costos asociados, con el propósito de brindar información clara, actualizada y aplicable que facilite la toma de decisiones empresariales y contribuya a mejorar la competitividad de los procesos exportadores.



El boletín se proyecta como una herramienta de asistencia técnica y difusión estratégica, que permitirá socializar buenas prácticas, identificar cuellos de botella recurrentes y promover el cumplimiento normativo en los procesos de salida de mercancías hacia mercados internacionales. Asimismo, se busca generar un insumo de consulta permanente para empresarios y aliados institucionales, fortaleciendo la articulación público-privada y apoyando los programas de internacionalización liderados por la Dirección, en coherencia con los lineamientos de desarrollo económico y apertura de nuevos mercados.

Presencia en ferias y/o misiones comerciales estratégicas para posicionar la panela Colombia

3.1. Investigación y Análisis Estratégico de Ferias Internacionales para el Posicionamiento de la Panela Colombiana

Durante el primer trimestre, se realizó un proceso de investigación y análisis estratégico orientado a identificar ferias internacionales de alto interés comercial para el posicionamiento de la panela colombiana en mercados prioritarios. Como resultado, se elaboró un cuadro comparativo que consolida información clave sobre eventos especializados en el sector de alimentos y bebidas en Europa, Estados Unidos, Suramérica y Asia, incluyendo características del evento, perfil de visitantes, enfoque de mercado y costos estimados de participación (inscripción, montaje de stand, logística, alimentación, desplazamiento, etc.). Este ejercicio permitirá contar con una base técnica y financiera para la toma de decisiones, priorización de escenarios de participación y planificación de futuras acciones de promoción comercial internacional.

Feria	Ciudad / País	Fecha	Enfoque	Costo de participación	Tiquetes (lp)	Hospedaje (lp)	Alimentación (lp)	Total (lp)
Feria Alimentaria 2026	Ciudad de Guatemala, Guatemala	1-3 septiembre 2026	Es una exposición comercial, un punto de encuentro para empresas, emprendedores, marcas, proveedores, distribuidores, chefs y profesionales del sector alimentario, gastronomía y hospitalidad.	\$ 6.000.000	\$ 1.700.000	\$ 1.000.000	\$ 600.000	\$ 9.300.000
Espacio Food and Service (EF&S)	Santiago, Chile	Sep 30 - oct 1y 2	Feria de la industria alimentaria más importante de Chile	\$ 7.000.000	\$ 2.500.000	\$ 1.400.000	\$ 900.000	\$ 11.800.000
Expoalimentaria Perú	Lima, Perú	Septiembre 2026 (fecha exacta por confirmar)	Alimentos, bebidas, agroindustria, exportaciones	\$ 10.000.000	\$ 1.800.000	\$ 1.200.000	\$ 900.000	\$ 13.900.000
ITHEP Expoalimentaria	Buenos Aires, Argentina	1-4 junio 2026	Feria de alimentos terminados como una "expo gourmet", sino una feria de insumos, equipos y tecnología para empresas de la industria alimenticia y gastronómica	\$ 12.000.000	\$ 2.100.000	\$ 1.000.000	\$ 1.100.000	\$ 16.200.000
Food Ingredients South America (FISA)	São Paulo, Brasil	4-6 agosto 2026	Ingredientes y materias primas para industria de alimentos y bebidas	\$ 14.000.000	\$ 2.500.000	\$ 1.400.000	\$ 1.000.000	\$ 18.900.000
BIOBRAZIL FAIR + BIOFACH Latin America	São Paulo, Brasil	10-13 junio 2026	Productos orgánicos, naturales y sostenibles	\$ 17.000.000	\$ 2.200.000	\$ 2.000.000	\$ 1.200.000	\$ 22.400.000
Natural Products Expo West 2026	Anaheim, California, EE.UU.	3-6 marzo 2026	Productos naturales, orgánicos, alimentos y bebidas innovadoras.	\$ 12.000.000	\$ 2.000.000	\$ 4.000.000	\$ 1.280.000	\$ 19.280.000
ASEAN Food & Beverage Exhibition 2026	Kuala Lumpur, Malasia	10-12 septiembre 2026	Alimentos y bebidas empaquetados, mercado ASEAN, exportación e importación.	\$ 10.000.000	\$ 2.800.000	\$ 2.400.000	\$ 720.000	\$ 15.920.000
THAIFEX - Anuga Asia 2026	Bangkok, Tailandia	Mayo 2026 (fecha por confirmar)	Alimentos y bebidas, innovación, exportación y tendencias globales.	\$ 12.000.000	\$ 3.200.000	\$ 4.000.000	\$ 1.120.000	\$ 20.320.000
Vitafoods Europe 2026	Barcelona, España	5-7 mayo 2026	Nutraceúticos, ingredientes funcionales, suplementos y productos naturales.	\$ 11.200.000	\$ 2.200.000	\$ 2.640.000	\$ 780.000	\$ 16.820.000
Summer Fancy Food Show 2026	Nueva York, EE.UU.	28-30 junio 2026	Feria líder de alimentos gourmet, naturales y bebidas.	\$ 14.000.000	\$ 1.600.000	\$ 4.800.000	\$ 1.000.000	\$ 21.400.000
SIAL Paris 2026	París, Francia	18-22 octubre 2026	Una de las ferias más grandes del mundo en innovación alimentaria y exportación.	\$ 16.000.000	\$ 2.800.000	\$ 4.800.000	\$ 1.200.000	\$ 24.800.000
Anuga 2026	Colonia, Alemania	9-13 octubre 2026	Feria líder mundial de la industria alimentaria y de bebidas.	\$ 15.200.000	\$ 2.400.000	\$ 4.000.000	\$ 1.000.000	\$ 22.600.000
Foodex Japan 2026	Tokio, Japón	10-13 marzo 2026	Alimentos procesados, bebidas, ingredientes y exportación hacia Asia.	\$ 12.000.000	\$ 4.000.000	\$ 3.600.000	\$ 1.000.000	\$ 20.600.000
SIAL Canada 2026	Toronto, Canadá	28-30 abril 2026	Alimentos, bebidas, agroindustria y productos para exportación.	\$ 10.800.000	\$ 2.800.000	\$ 3.200.000	\$ 1.000.000	\$ 17.800.000

Imagen 39. Listado de ferias



Implementación de plataformas o canales digitales para ventas nacionales e internacionales

Esta actividad se realiza en el tercer trimestre

Asesoría en procesos de comercialización internacional

Durante el primer trimestre, el Programa de Apoyo a la Gestión Comercial realizó 10 asesorías exportadoras dirigidas a empresas y asociaciones paneleras interesadas en fortalecer su proceso de internacionalización. Estas asesorías estuvieron orientadas a brindar información sobre requisitos normativos, contingentes arancelarios, subpartidas arancelarias, requisitos sanitarios y logísticos para el ingreso a diferentes mercados. Asimismo, se brindó acompañamiento técnico en temas de calidad, documentación y planeación exportadora, con el propósito de fortalecer la capacidad exportadora del sector y promover el aprovechamiento de oportunidades comerciales vigentes.

En este contexto, para la vigencia 2026 se expidió la Circular No. 009, con fecha 24 de diciembre de 2025, mediante la cual se reglamenta la distribución y administración del contingente de exportación de azúcar, panela y productos con contenido de azúcar en el marco del Acuerdo de Promoción Comercial entre Colombia y Estados Unidos.

De acuerdo con lo establecido en dicha Circular, la panela cuenta con una asignación del 5%, equivalente a 3.025 toneladas métricas, manteniendo la metodología de “primero en llegar, primero en salir”, bajo la implementación del tercer piloto adoptado para el año 2026.

Según la publicación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo del 6 de febrero de 2026, a esa fecha se habían utilizado 625,44 toneladas métricas, lo que corresponde al 20,67% del total asignado, información que fue socializada durante las asesorías realizadas en el trimestre.

Filexagro Colombia S.A.S

Durante el primer trimestre del año 2024, se atendió el requerimiento del señor Néstor Martínez, persona natural interesada en iniciar un proceso de exportación de panela. En ese momento, se le informó que, al no hacer parte de la formalidad empresarial, debía adelantar los trámites exigidos en Colombia para poder dar inicio a su ejercicio exportador, incluyendo constitución legal y cumplimiento de requisitos tributarios y sanitarios.

Posteriormente, en el primer trimestre del año 2026, el señor Martínez solicitó nuevamente asesoría y acompañamiento por parte del área comercial de la FFP, informando que había constituido formalmente la empresa Filexagro Colombia S.A.S., Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), dedicada principalmente a la elaboración y comercialización de panela dentro del sector agroindustrial. La empresa se encuentra legalmente constituida desde el año 2024 y opera desde la ciudad de Bogotá D.C., enfocando su gestión en el procesamiento y fortalecimiento de la cadena productiva panelera.

El empresario informó que ha realizado envíos de muestras sin valor comercial a Alemania. Su portafolio se centra en presentaciones de 340 gramos de panela pulverizada convencional, por considerarla una presentación estándar y de fácil manejo logístico. Cada caja máster contiene 30 bolsas. La asociación proveedora del producto es Coomersa, ubicada en el departamento de Caldas.



Actualmente, la empresa proyecta un envío de 184 kg de panela a Estados Unidos, motivo por el cual solicitó información sobre las cuotas de exportación vigentes. En respuesta, se explicaron los mecanismos de asignación tanto bajo el esquema de la Organización Mundial del Comercio (OMC) como en el marco del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos, destacando que la asignación se realiza bajo el principio de “primero en llegar, primero en salir”, conforme a la normativa vigente. Asimismo, se compartió la información actualizada sobre los saldos disponibles, publicada oficialmente por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Se brindó orientación detallada sobre los requisitos de calidad y normativas técnicas exigidas tanto en Colombia como en el país de destino, haciendo énfasis en el cumplimiento de los estándares establecidos por la Food and Drug Administration (FDA) y demás entidades regulatorias competentes en Estados Unidos.

Dentro del proceso de asesoría se resaltó la importancia de la Circular No. 009 del 24 de diciembre de 2025, mediante la cual el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo reguló la distribución y administración del contingente de exportación de azúcar, panela y productos con contenido de azúcar, en el marco del Acuerdo de Promoción Comercial entre Colombia y Estados Unidos. A partir del 2 de enero de 2025 se autorizó el uso de 3.025 toneladas métricas de panela bajo el criterio de “primero en llegar, primero en salir”. Según la publicación del 6 de febrero de 2025, el saldo restante era de 2.399,55 toneladas métricas.

De igual manera, se socializó la Circular No. 005 del 26 de septiembre de 2025, correspondiente a la distribución y administración del contingente de exportación de azúcar sin refinar y panela de la OMC hacia Estados Unidos 2025-2026, en la cual se asignaron 2.581,90 toneladas métricas disponibles desde el 6 de octubre de 2025. Este contingente se divide en dos categorías del 50% cada una: productores y exportadores históricos, y productores y exportadores nuevos. En la publicación del 6 de febrero, el Ministerio informó que el saldo disponible era de 321,79 toneladas métricas.

Finalmente, se informó que actualmente existe cuota disponible; sin embargo, se recomendó adelantar con anticipación los procesos de exportación y fortalecer la planeación logística y documental para evitar inconvenientes al momento de realizar los despachos. El señor Néstor Martínez manifestó comprender la mecánica de exportación hacia Estados Unidos y los lineamientos aplicables al contingente arancelario.

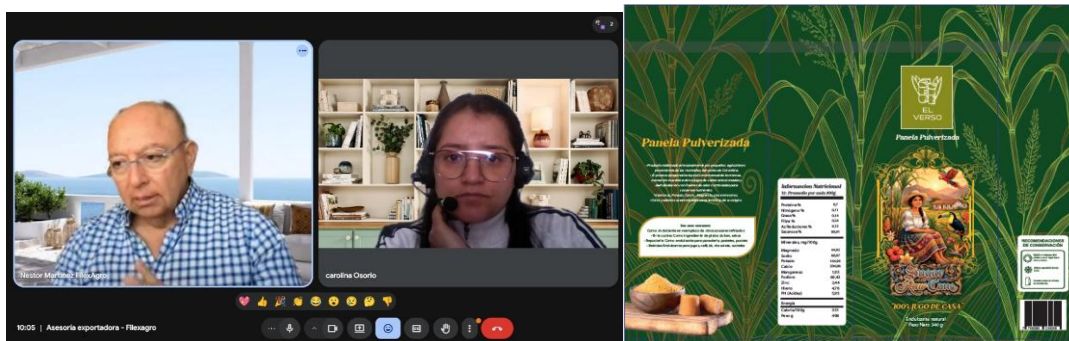


Imagen 40. Asesoría Filexagro Colombia SAS

Hacienda la Manuela SAS



Se recibió solicitud de asesoría por parte de la empresa Hacienda La Manuela – Panela La Manuela, productores de panela con amplia trayectoria en el mercado nacional. La empresa cuenta con más de 40 años de tradición en la producción artesanal de panela, destacándose por el uso de procesos sostenibles, sin aditivos y con enfoque en la preservación de prácticas campesinas tradicionales.

Actualmente, su portafolio está conformado por:

- Panela pulverizada.
- Panela en bloque presentación libra (454 g).
- Panela fraccionada en presentaciones de 8 y 18 unidades.
- Panela en presentación sachet.

La empresa informó que actualmente comercializa su producto en el mercado nacional, incluyendo ventas destinadas a exportación a través de intermediarios. Sin embargo, manifiestan su interés en realizar directamente el ejercicio exportador, con el fin de no depender de terceros y conocer de manera integral el proceso de internacionalización.

Orientación brindada:

Durante la asesoría se explicó que, para dar inicio formal al proceso de exportación, la empresa debe:

1. Mantener y verificar su formalidad empresarial, requisito con el que actualmente cumplen.
2. Realizar la revisión de requisitos específicos del mercado de destino (normativa sanitaria, etiquetado, límites de calidad e inocuidad).
3. Analizar los acuerdos comerciales vigentes aplicables al país de interés.
4. Gestionar ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el trámite del Certificado de Elegibilidad, en el caso de exportaciones a Estados Unidos bajo contingente, así como el Certificado de Origen para acceder a beneficios arancelarios en países con acuerdo comercial.
5. Realizar el registro ante la FDA, en caso de ingresar al mercado de Estados Unidos.
6. Verificar requisitos de calidad e inocuidad, incluyendo rotulado conforme a la normativa del país destino.
7. Gestionar y actualizar trámites documentales necesarios, tales como:
 - a. Registro como exportador ante la DIAN.
 - b. Registro ante la Policía Antinarcóticos.
 - c. Vinculación con agente de aduanas y agente de carga.
 - d. Trámite de firma digital.
 - e. Solicitud de cotizaciones logísticas para estructurar el precio de exportación por kilogramo.

Asimismo, se recomendó realizar análisis de laboratorio actualizados que respalden la calidad del producto y faciliten el cumplimiento de exigencias internacionales.

Compromisos de la empresa:

Como parte del plan de trabajo, la empresa se comprometió a:

- Revisar y actualizar su documentación legal y sanitaria.
- Definir el mercado objetivo.
- Iniciar el proceso de estructuración de costos y precios de exportación.
- Organizar la información técnica de sus productos para avanzar en el ejercicio exportador.

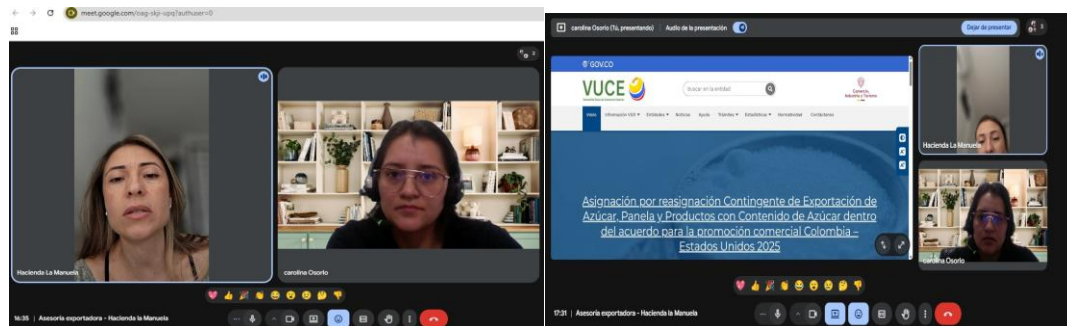


Imagen 41. Asesoría Hacienda la Manuela SAS

Asociación de Productores Paneleros Sandoneños – ASEPPAS

La Asociación de Productores Paneleros Sandoneños – ASEPPAS, organización legalmente constituida en el municipio de Sandoná, Nariño, tiene como objeto la producción, transformación y comercialización de panela de alta calidad, orientada al fortalecimiento competitivo de pequeños productores del territorio.

A través del coordinador departamental de Nariño, Ingeniero Germán Silva, se formalizó la solicitud de acompañamiento técnico en materia de comercio exterior. En la reunión participaron el coordinador departamental, su equipo de apoyo y la representante legal de la asociación, señora Myriam Argenis Ramos Rojas.

Durante el encuentro, la asociación manifestó haber recibido requerimientos internacionales para la exportación de panela tipo piloncillo. Asimismo, indicaron que la volatilidad del precio de la panela en el mercado nacional ha impactado la estabilidad de sus ingresos, razón por la cual consideran estratégico desarrollar capacidades propias para realizar directamente el ejercicio exportador. El objetivo es reducir la dependencia de intermediarios, apropiarse integralmente del proceso de internacionalización y mejorar los márgenes de rentabilidad para sus asociados.

La asociación informó que actualmente comercializa su producto en el mercado nacional. No obstante, manifestó haber recibido requerimientos internacionales relacionados con la exportación de panela tipo piloncillo. En este contexto, su interés se orienta a estructurar y ejecutar directamente operaciones de exportación hacia Estados Unidos y la Unión Europea, con el propósito de fortalecer su posicionamiento comercial, diversificar mercados y apropiarse integralmente del proceso de internacionalización, reduciendo la dependencia de intermediarios comerciales en la cadena de distribución.

Orientación técnica brindada

Durante la asesoría se explicó que, para iniciar formalmente el proceso exportador, la organización debe fortalecer y verificar los siguientes aspectos:

1. **Formalidad empresarial y tributaria:** Mantener actualizada su matrícula mercantil, RUT con responsabilidad como exportador y cumplimiento de obligaciones fiscales.
2. **Revisión de requisitos sanitarios y de inocuidad:**
 - a. Cumplimiento de normativas del INVIMA para productos procesados.



- b. Implementación o fortalecimiento de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).
- c. Análisis de laboratorio actualizados que certifiquen calidad, parámetros fisicoquímicos, microbiológicos y ausencia de contaminantes.
- 3. Requisitos para Estados Unidos:**
 - a. Registro ante la FDA (Food and Drug Administration).
 - b. Cumplimiento de la Ley FSMA (Food Safety Modernization Act).
 - c. Adecuación del etiquetado conforme a normativa FDA (información nutricional, ingredientes, país de origen, lote, fecha de vencimiento).
 - d. Revisión del contingente arancelario aplicable a panela bajo el marco del TLC Colombia–Estados Unidos y, de ser aplicable, gestión del Certificado de Elegibilidad ante el Ministerio de Comercio.
- 4. Requisitos para la Unión Europea:**
 - a. Cumplimiento del Reglamento (CE) 852/2004 sobre higiene de productos alimenticios.
 - b. Trazabilidad conforme al Reglamento (CE) 178/2002.
 - c. Etiquetado bajo Reglamento (UE) 1169/2011 (información alimentaria al consumidor).
 - d. Evaluación de oportunidades bajo el Acuerdo Comercial Colombia–Unión Europea para acceder a preferencias arancelarias mediante Certificado de Origen.
- 5. Gestión documental y operativa:**
 - a. Registro como exportador ante la DIAN.
 - b. Registro ante Policía Antinarcóticos.
 - c. Vinculación con agente de aduanas y agente de carga internacional.
 - d. Trámite y uso de firma digital.
 - e. Solicitud de cotizaciones logísticas internacionales para estructurar el precio FOB y determinar competitividad.
- 6. Estructuración de costos de exportación:**
 - a. Análisis de costos productivos, empaque, embalaje, certificaciones, logística interna, flete internacional, seguros y costos aduaneros.
 - b. Definición de Incoterms adecuados según negociación.

Adicionalmente, se recomendó evaluar la posibilidad de certificaciones diferenciadoras como orgánica, comercio justo o sostenibilidad, considerando que estos sellos pueden generar mayor valor agregado en mercados europeos y norteamericanos.

Compromisos asumidos por la asociación

Como parte del plan de trabajo, ASEPPAS se comprometió a:

- Actualizar y organizar su documentación legal, sanitaria y productiva.
- Definir el mercado objetivo prioritario (Estados Unidos o Unión Europea).
- Consolidar información técnica y fichas técnicas del producto.
- Iniciar la estructuración detallada de costos y precios de exportación.
- Programar una jornada de capacitación específica en logística internacional y requisitos regulatorios.

En conclusión, la asociación se encuentra en una etapa de transición hacia la internacionalización directa, con potencial competitivo en mercados especializados, siempre que fortalezca su estructura técnica, documental y estratégica para cumplir integralmente los requisitos normativos y comerciales exigidos por Estados Unidos y la Unión Europea.

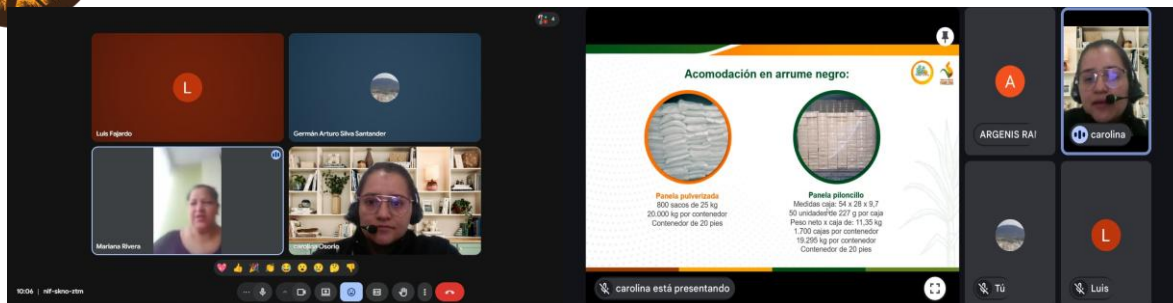


Imagen 42. Asesoría ASEPPAS

Luis Aldemar Delgado

El señor **Luis Aldemar Delgado**, identificado con cédula de ciudadanía No. 98.339.815-9, registró su sociedad comercial el 27 de enero de 2015 en la ciudad de Pasto. No obstante, su trapiche resultó afectado por un incendio, situación que lo llevó a cancelar su actividad comercial el 30 de julio de 2020. Actualmente manifiesta contar con un socio en el departamento del Huila, quien lo ha motivado a retomar la actividad productiva con enfoque en mercados internacionales. Indica que podría disponer de producto en un plazo estimado de dos a tres meses.

El señor Delgado expresa su interés en incursionar en el mercado externo debido a la baja rentabilidad del producto en Pasto, atribuida a las variaciones del precio ocasionadas por el derretimiento de azúcar. En este contexto, se comunicó con el área comercial de Fedepanela – FFP con el propósito de conocer los requisitos para exportar panela al mercado de Estados Unidos, especialmente en lo relacionado con los contingentes arancelarios en el marco de la OMC y el Acuerdo de Promoción Comercial (TLC).

Durante la asesoría se realizó una revisión integral de los requisitos exigidos para la exportación bajo la subpartida arancelaria 1701.13.00, enfatizando en las obligaciones sanitarias y regulatorias aplicables en Estados Unidos. Se explicó el cumplimiento de los lineamientos establecidos por la Food and Drug Administration (FDA), incluyendo registro sanitario, trazabilidad, etiquetado conforme a normativa vigente y estándares de inocuidad.

Asimismo, se socializó el contenido de la Circular No. 009 del 24 de diciembre de 2025, mediante la cual el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo reglamentó la administración del contingente de exportación de azúcar, panela y productos con contenido de azúcar hacia Estados Unidos, autorizando para 2025 un volumen de 3.025 toneladas métricas bajo el criterio “primero en llegar, primero en salir”, con saldo disponible reportado al 6 de febrero de 2.399,55 toneladas métricas.

Igualmente, se abordó la Circular No. 005 del 26 de septiembre de 2025, correspondiente al contingente OMC 2025-2026 para azúcar sin refinar y panela hacia Estados Unidos, con una asignación de 2.581,90 toneladas métricas, distribuidas en partes iguales entre exportadores históricos y nuevos. A la fecha del 6 de febrero se reportaba un saldo de 321,79 toneladas métricas.

Finalmente, se indicó que existe disponibilidad de cuota; sin embargo, se recomendó iniciar oportunamente la preparación documental, logística y productiva, considerando los tiempos de registro, validación sanitaria y gestión



ante el Ministerio de Comercio. El señor Delgado manifestó comprensión de los lineamientos aplicables y del procedimiento requerido para acceder al contingente arancelario en el mercado estadounidense.

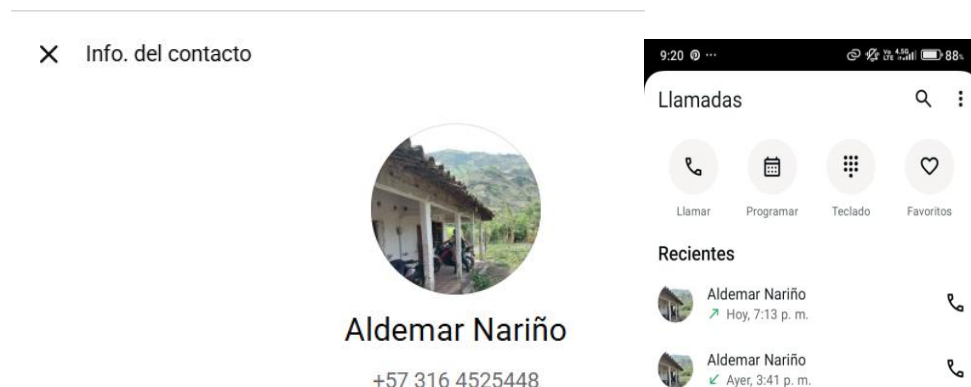


Imagen 43. Asesoría al señor Luis Aldemar Delgado

Productos Betania SAS

Durante el cuarto trimestre de 2024 se brindó asesoría exportadora a la empresa **Productos Betania**, dedicada a la comercialización de productos alimenticios. La empresa contactó al Área Comercial de la Federación con el fin de obtener información actualizada sobre las cuotas de exportación hacia Estados Unidos, así como los trámites y requisitos necesarios para el ingreso a dicho mercado. En la orientación se explicó el procedimiento de solicitud de contingente, precisando que para la vigencia 2024-2025, conforme a la circular OMC, la asignación se realiza bajo el mecanismo de “primero en llegar, primero en salir”, sujeto a disponibilidad.

La empresa manifestó su interés en desarrollar su primer ejercicio de exportación. Para la vigencia 2026 se dio continuidad al acompañamiento técnico, articulando el proceso con su agente aduanero y con la firma logística internacional Kuehne+Nagel, proveedor global de soluciones en transporte aéreo, marítimo, terrestre y logística contractual, con el propósito de validar su creación como cliente y estructurar adecuadamente el nuevo ejercicio exportador.

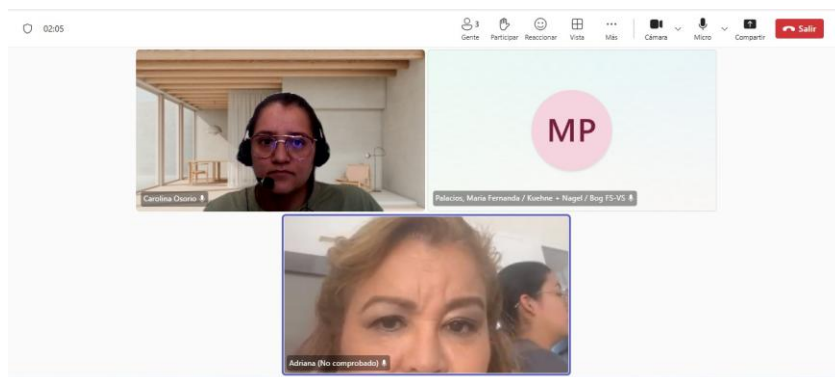


Imagen 44. Asesoría Productos Betania SAS



Grupo Monte Dulce SAS

Se brindó asesoría exportadora a la señora **Deicy Yaneth Pico León**, representante legal de la empresa **Grupo Monte Dulce S.A.S.**, identificada con NIT 901.996.948-9, ubicada en Bucaramanga y dedicada a la producción de panela. La empresaria manifestó su interés en asumir directamente su proceso de exportación hacia el mercado de los Estados Unidos, motivo por el cual solicitó acompañamiento al área comercial de Fedepanela – FFP, con el fin de conocer los requisitos técnicos, normativos y arancelarios aplicables.

En el desarrollo de la asesoría se explicó el procedimiento general de exportación bajo la subpartida arancelaria 1701.13.00, detallando las exigencias sanitarias y regulatorias requeridas para el ingreso del producto al mercado estadounidense. Se orientó sobre los lineamientos establecidos por la Food and Drug Administration (FDA), tales como el registro de instalaciones, cumplimiento de estándares de inocuidad, requisitos de etiquetado, trazabilidad y demás disposiciones vigentes.

Adicionalmente, se brindó información actualizada sobre los contingentes arancelarios aplicables a la panela en el marco del Acuerdo de Promoción Comercial entre Colombia y Estados Unidos y del contingente OMC 2025-2026. En este sentido, se explicó la metodología de asignación bajo el criterio “primero en llegar, primero en salir”, los volúmenes disponibles y la distribución entre exportadores históricos y nuevos.

Finalmente, se recomendó iniciar con anticipación la preparación documental, el alistamiento productivo y la planificación logística, a fin de aprovechar oportunamente las cuotas disponibles. La empresaria manifestó interés en avanzar en el proceso y continuar con el acompañamiento técnico para estructurar su primer ejercicio exportador.



Imagen 45. Asesoría Grupo Monte Dulce SAS

Asesoría exportadora Nivel Departamental cinco (5) departamentos atendidos

En el marco de la programación establecida por la Dirección Comercial, durante la semana del 16 al 20 de febrero se desarrollaron jornadas de acompañamiento técnico con los coordinadores departamentales de los departamentos con producción panelera donde Fedepanela y el Fondo de Fomento Panelero tienen cobertura (Antioquia, Boyacá, Tolima, Santander y Nariño).



En cada espacio (sesiones individuales de una hora), se presentó el equipo comercial y se socializó el Informe de Inteligencia de Mercados correspondiente a las exportaciones 2025, destacando que Colombia alcanzó 16.366 toneladas exportadas por USD 28,9 millones, con crecimiento del 4,8 % en volumen y 14,2 % en valor frente a 2024. Se analizaron principales destinos, variación trimestral y participación por departamento, las empresas exportadoras con su ranking, con el propósito de identificar oportunidades de fortalecimiento exportador en cada región.

Asimismo, se brindó asesoría específica sobre los contingentes de exportación hacia Estados Unidos, socializando la Circular 009 de 2025 (TLC) con disponibilidad inicial de 3.025 toneladas métricas bajo el mecanismo “primero en llegar, primero en salir”, y la Circular 005 de 2025 (OMC), con asignación de 2.581,90 toneladas métricas distribuidas entre exportadores históricos y nuevos. Se explicó la importancia de anticipar la planeación documental y logística para garantizar acceso oportuno a los cupos disponibles.

Durante las reuniones, los coordinadores manifestaron la necesidad de acompañamiento del Área Comercial para identificar empresas con potencial exportador en sus departamentos, fortalecer capacidades técnicas y articular procesos de internacionalización. Se definieron tareas relacionadas con la identificación de asociaciones con avance medio y posibles nuevos exportadores.

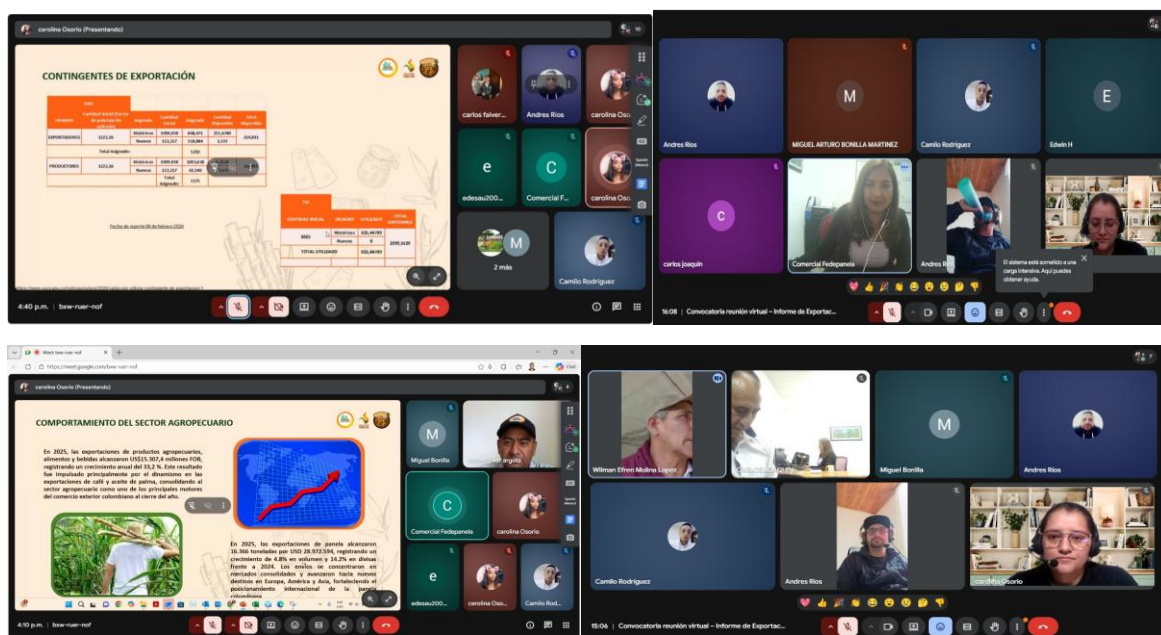


Imagen 46. Asesoría a cinco (5) departamentos

Asesoría exportadora Omar E Aza



En el desarrollo de la asesoría se explicó el procedimiento general de exportación bajo la subpartida arancelaria 1701.13.00, detallando las exigencias sanitarias y regulatorias requeridas para el ingreso del producto al mercado de la unión Europea. Se orientó sobre los lineamientos establecidos para el ingreso de panela, en el cumplimiento de estándares de inocuidad, requisitos de etiquetado, trazabilidad y demás disposiciones vigentes.

Participación de agro empresas en espacios comerciales

Generar espacios que permitan el acercamiento entre la oferta y la demanda de panela y sus derivados a través de espacios de networking, brindando un apoyo metodológico y técnico para fortalecer la comercialización.

Alistamiento participación macrorrueda 2026

Punto de encuentro de la oferta exportable colombiana donde se realiza el registro para la participación en calidad de comprador y exportador, la solicitud de citas para el requerimiento de endulzantes y/o panela y actualización de información del portafolio de productos.



Imagen 47. Registro Macrorrueda

Licor artesanal Placeres en el marco del festival de la panela



Imagen 48. Licor artesanal

La participación oficial del licor artesanal proveniente de la Peña Cundinamarca destacando los sabores de la caña desarrollado por pequeños productores de caña.

Forus Group Juan Valdez – Buenos Aires

Oportunidades Posicionamiento saludable: La panela puede comunicarse como un endulzante con valor nutricional añadido (vitaminas y minerales), lo cual puede atraer consumidores que hacen elecciones alimentarias más conscientes. Promoción de usos cotidianos: Dado el interés en usarla en bebidas y recetas, hay una oportunidad de educar sobre aplicaciones culinarias y beneficios funcionales, ampliando su uso más allá del endulzante tradicional. Impacto social como argumento de valor: Aunque este insight proviene de estudios sectoriales, el hecho de que la panela esté vinculada a empleo rural y sustento de familias productoras puede reforzar la narrativa de origen y responsabilidad social.

Desafíos Comunicar beneficios nutricionales de forma clara: Aunque la panela tiene propiedades nutritivas naturales, es importante transmitir estos beneficios sin confundir al consumidor sobre sus efectos relativos al azúcar refinado. Transformar la preferencia en hábito de consumo: La alta valoración sensorial y la intención de uso no siempre se traducen automáticamente en un hábito de compra regular, por lo que la estrategia deberá facilitar ese paso. Educar sobre usos y diferenciación: Para evitar percepciones erróneas y maximizar la aceptación del producto en distintos contextos de consumo.

El análisis del focus group B2C revela que la panela goza de una aceptación sensorial muy alta y una intención de compra unánime entre los consumidores que participaron, lo cual constituye un indicador positivo para su introducción en el mercado argentino. Las valoraciones altas en atributos como sabor, aroma y textura, junto con la apertura a usarla en bebidas y recetas, muestran que el producto no solo es bien recibido, sino percibido como agradable y versátil.



Imagen 49. Participación Forus Group

Eventos de difusión en temáticas de interés comercial.

Participación Festival Turístico y Reinado Nacional de la Panela

Desde el día 22 de enero de 2026, en el marco del Festival Turístico y Reinado Nacional de la Panela, el Área Comercial participó en diversas actividades; inicialmente mediante la instalación de un stand institucional ubicado estratégicamente en el parque principal del municipio de Villeta. Esta participación dio continuidad al trabajo realizado en la vigencia anterior, fortaleciendo la visibilidad institucional y el acompañamiento a los productores paneleros de la región.

En el stand se realizó la exhibición y muestra comercial de productos representativos de la región, incluyendo panela en sus diferentes presentaciones, mieles y licores derivados, elaborados por productores del departamento. Este espacio permitió promover la diversidad, calidad y valor agregado de los productos, así como generar un acercamiento directo con visitantes, turistas y actores del sector.

De manera complementaria, se brindó apoyo y acompañamiento en el desarrollo de concursos autóctonos, los cuales resaltan las tradiciones culturales y el saber hacer de los productores paneleros. Entre las actividades realizadas se destacaron los concursos de:

- *Arriería (categoría hombres y mujeres)*
- *Armado de gaveras (categoría hombres y mujeres)*



Estos concursos constituyen un componente fundamental del Festival, ya que fortalecen el sentido de identidad, pertenencia y reconocimiento del oficio panelero, promoviendo la conservación de prácticas tradicionales que hacen parte del patrimonio cultural de la región.

La participación del Área Comercial en el Festival Turístico y Reinado Nacional de la Panela 2026 contribuyó al fortalecimiento del sector panelero, a la integración comunitaria y a la promoción de la panela como producto emblemático y estratégico para el desarrollo económico y turístico del municipio.



Imagen 50. Participación reinado de la panela



Imagen 51. 14.2 Ilcard + 20 Segunda Conferencia internacional reforma agraria y desarrollo rural

La soberanía alimentaria es el derecho de los pueblos a decidir sus propios sistemas de producción, distribución y consumo de alimentos, priorizando:

- Producción local



- Control comunitario de los recursos
- Comercio justo
- Consumo de productos tradicionales
- Respeto al medio ambiente

La comercialización es una parte clave porque la soberanía alimentaria no termina en la cosecha. En el caso de la panela (derivada de la caña de azúcar), incluye:

1. Venta directa del productor al consumidor

- Ferias campesinas
 - Mercados locales
 - Canales cortos de comercialización
- Esto evita intermediarios y mejora el ingreso del productor.

2. Agregación de valor

presentar al consumir productos con una propuesta de valor:

- Panela pulverizada o en nuevas presentaciones
- Panela orgánica
- Panela saborizada o mezclas de frutas naturales
- Derivados como dulcería, bebidas, fermentados artesanales, licores

Esto fortalece la economía rural.

3. Asociatividad

Cuando los productores se organizan en asociaciones o cooperativas:

- Negocian mejores precios
- Acceden a nuevos mercados
- Reducen costos de producción y transporte

4. Comercio justo

Promueve:

- Precios dignos para el productor
- Condiciones laborales adecuadas



- Transparencia en la cadena de suministro

Protección del producto local

La soberanía alimentaria impulsa:

- Consumo de panela nacional frente a otros endulzantes
- Rescate de tradiciones culturales vinculadas a la caña y la panela
- Reduce la pobreza rural
- Fortalece la economía local
- Promueve sistemas alimentarios más sostenibles

La soberanía alimentaria **sí incluye la comercialización de la panela y sus derivados**, porque busca que los productores tengan control no solo sobre la producción, sino también sobre la distribución, el precio y el mercado de sus productos.

Conclusiones

El balance del trimestre evidencia avances significativos en el fortalecimiento de capacidades comerciales del agro empresas paneleras, especialmente en lo relacionado con la formalización de productos a través de la asignación de códigos de barras, herramienta clave para el acceso a canales formales de comercialización y procesos de exportación. De igual manera, los acercamientos comerciales desarrollados con actores estratégicos en Estados Unidos y Argentina permiten identificar oportunidades reales de negocio, así como retos asociados a condiciones logísticas, financieras y regulatorias que requieren análisis detallado y acompañamiento técnico continuo.

El trabajo adelantado en investigación y análisis de ferias internacionales proporciona una base estructurada para la priorización de escenarios de promoción comercial, permitiendo optimizar recursos y enfocar esfuerzos en mercados con mayor potencial. La participación en eventos sectoriales como el Festival Turístico y Reinado Nacional de la Panela fortaleció la visibilidad institucional y el relacionamiento con productores, reafirmando el compromiso del área con el desarrollo integral del sector panelero. En conjunto, las actividades realizadas contribuyen a consolidar una estrategia comercial integral que articula formalización, promoción, inteligencia de mercados y generación de negocios.

Existe un interés creciente por parte de empresas y asociaciones paneleras en acceder a mercados internacionales, especialmente Estados Unidos.

Las asesorías permitieron aclarar dudas relacionadas con contingentes arancelarios, requisitos FDA y normativas técnicas aplicables.

Se evidencia la necesidad de fortalecer la planeación logística y documental para garantizar procesos de exportación exitosos.

El acompañamiento técnico contribuye a mejorar la preparación de los productores frente a los estándares internacionales.



La información recopilada en esta primera etapa brinda una base sólida para entender la situación real del subsector panelero, revelando la necesidad urgente de actualizar las cifras oficiales mediante un trabajo articulado entre instituciones y territorios.

El aporte de los coordinadores departamentales ha sido especialmente valioso: gracias a sus conocimientos técnicos y su trabajo en territorio, ha sido posible entender mejor cómo se producen, transforman y comercializan los productos en cada región, así como identificar las particularidades y retos locales.

De igual manera, los primeros acercamientos con agroempresas, asociaciones y otras entidades han permitido posicionar a la Federación como un actor clave del subsector. Se han identificado diferentes subsectores donde la panela es parte de sus desarrollos de producto como insumo o materia prima.

Recomendaciones

Se recomienda dar continuidad al acompañamiento técnico a las agroempresas en procesos de alistamiento comercial, especialmente en aspectos relacionados con estandarización de producto, cumplimiento normativo, fortalecimiento de marca y preparación para escenarios de exportación. Resulta pertinente estructurar un seguimiento sistemático a los acercamientos comerciales internacionales realizados, con el fin de convertir las oportunidades identificadas en operaciones concretas, gestionando de manera anticipada aspectos logísticos, financieros y contractuales.

Asimismo, es aconsejable priorizar la participación en ferias internacionales con base en criterios técnicos de retorno esperado, perfil de comprador y alineación con la oferta exportable disponible, integrando estas acciones dentro de un plan anual de promoción comercial. Finalmente, se sugiere continuar fortaleciendo los espacios de difusión y relacionamiento sectorial a nivel nacional, promoviendo la cultura empresarial, la diferenciación del producto y la articulación entre productores, transformadores y potenciales compradores, como pilares para el crecimiento sostenible del sector panelero.

Promover procesos de preparación anticipada para el aprovechamiento oportuno de los contingentes disponibles.

Fortalecer la articulación entre productores, agentes de carga y agencias de aduana.

Impulsar capacitaciones periódicas en requisitos sanitarios y normativos de mercados estratégicos.

Consolidar una base de datos actualizada de empresas con potencial exportador para realizar seguimiento continuo.

PROGRAMA DE PROMOCIÓN AL CONSUMO INFORME GESTION PRIMER TRIMESTRE 2026

Objetivo Principal: Contribuir al incremento de consumo de panela mediante la visibilización y posicionamiento de los productos paneleros ante los consumidores, resaltando sus beneficios, la diversidad y facilidad de uso que ofrecen las presentaciones no tradicionales, como apoyo a los productores paneleros y a sus organizaciones.



Objetivos Secundarios:

1. Participar en ferias y eventos a nivel nacional, regional y local que contribuyan a la promoción de los productos paneleros, especialmente aquellos con valor agregado y productos de innovación.
2. Desarrollar activaciones de punto de venta, degustaciones y demás actividades de impulso al consumo de panela (BTL) en mercados formales, mercados institucionales, industria alimentaria, comercializadores y compradores.
3. Desarrollar actividades de divulgación y publicidad en medios masivos y redes digitales a través de la Plataforma de Comunicación Digital de Fedepanela- Fondo de Fomento Panelero - PLADICOM.
4. Apoyar la promoción al consumo con material divulgativo y piezas requeridas por los medios masivos de comunicación.

INDICADORES DE GESTIÓN PRIMER TRIMESTRE AÑO 2026

Actividad/Indicador	META AÑO 2026	LOGRO 1º TRIMESTRE	% ACUMULADO
Participar en ferias y eventos para la promoción del consumo de panela	10	2	20%
Activaciones de productos y/o actividades BLT	18	4	22%
Divulgación y publicidad en medios masivos y redes	3.400	800	23,5%
Producción y emisión del programa “Tomémonos una agua de panela con” a través de Facebook Live	20	5	25%
Producción y emisión del programa “Panela Lovers”	16	4	25%
Producción y emisión del programa “Con Sabor a Panela”	8	2	25%
Elaboración de diseños gráficos de promoción al consumo	50%	10%	20%
Herramientas para la promoción	X	X	X

INDICADORES DE GESTIÓN PRIMER TRIMESTRE 2026

Componente: Participación en eventos nacionales, regionales y locales para la promoción del consumo de panela

Indicador: Participar en 2 eventos



Resumen Narrativo: Participar en ferias y eventos a nivel nacional, regional y local que contribuyan a la promoción de los productos paneleros, especialmente aquellos con valor agregado y productos de innovación.

Resultado

- 1. 48° Festival Turístico y Reinado Nacional de la Panela (Villeta, Cundinamarca):** En el marco de uno de los eventos más representativos del sector panelero a nivel nacional, FEDEPANELA desarrolló una participación activa e integral dentro de la programación oficial del Festival, articulando acciones de visibilización institucional y fortalecimiento del vínculo cultural del gremio con el territorio.

La participación incluyó presencia en los concursos autóctonos tradicionales de armado de gavetas y de carga y descarga de caña en mulas, actividades que exaltan las prácticas ancestrales del trabajo panelero y resaltan la importancia histórica de la agroindustria en la región. Asimismo, FEDEPANELA hizo parte del desfile oficial con carroza institucional, fortaleciendo el posicionamiento del sector ante autoridades locales, productores, turistas y medios de comunicación.

De igual manera, se realizó acompañamiento a las candidatas y delegaciones en distintos recorridos y visitas a trapiches, generando espacios de diálogo directo con productores y actores de la cadena productiva, lo que permitió reforzar la presencia gremial y el reconocimiento del trabajo institucional en territorio.

Impacto del evento: La participación fortaleció la visibilidad del sector panelero en un escenario de alto reconocimiento nacional, contribuyendo a la promoción del consumo desde una narrativa cultural y territorial. Además, permitió consolidar la imagen institucional ante públicos estratégicos y reafirmar el compromiso del gremio con la preservación de las tradiciones y el impulso a la modernización del sector.





2. **ICARRD+20 - Segunda Conferencia Internacional sobre Reforma Agraria y Desarrollo Rural (Cartagena de Indias):** El Fondo de Fomento Panelero participó en este escenario internacional mediante la instalación de un stand institucional orientado a la promoción del consumo de panela y la divulgación de las acciones adelantadas en favor del fortalecimiento del sector.

El stand funcionó como espacio de interacción con asistentes nacionales e internacionales, permitiendo socializar el papel estratégico de la agroindustria panelera en la generación de empleo rural, la sostenibilidad productiva y la seguridad alimentaria.

Adicionalmente, el Fondo hizo parte de la agenda académica oficial el 26 de febrero, con una intervención en la que se expuso el rol del sector panelero en el desarrollo rural sostenible, la economía campesina y los procesos de reforma agraria, posicionando a la panela como producto estratégico dentro de las discusiones de política pública.

Impacto del evento: La participación permitió proyectar al sector panelero en un escenario internacional de alto nivel técnico y político, fortaleciendo la presencia institucional del Fondo de Fomento Panelero en espacios de formulación y debate sobre desarrollo rural. Asimismo, se generaron oportunidades de articulación y visibilización que contribuyeron al posicionamiento del sector en la agenda nacional e internacional.



Componente: Activaciones de productos y/o actividades BTL



Indicador: Participar en 4 activaciones

Resumen Narrativo: Desarrollar activaciones de punto de venta, degustaciones y demás actividades de impulso al consumo de panela (BTL) en mercados formales, mercados institucionales, industria alimentaria, comercializadores y compradores

Resultado

1. Cundinamarca: Tocaima, Vereda Copó – Cundinamarca (26 de enero de 2026)

El área técnica de Cundinamarca participó en la celebración del Día del Panelero en el municipio de Tocaima, Vereda Copó, evento que contó con la asistencia de más de 120 personas, entre productores, familias paneleras y miembros de la asociación COPOPANELA.

En el marco de la jornada, el Fondo de Fomento Panelero brindó apoyo institucional mediante la premiación de concursos autóctonos, reconociendo el esfuerzo, compromiso y trayectoria de los productores paneleros de la región. Esta participación permitió fortalecer la presencia del Fondo en territorio y reafirmar su respaldo a las organizaciones locales y a las dinámicas comunitarias del sector.

Impacto de la activación: La actividad contribuyó al fortalecimiento del tejido social panelero y al reconocimiento del trabajo productivo en la región, generando un espacio de integración comunitaria y visibilización institucional. Asimismo, permitió consolidar el relacionamiento con la asociación COPOPANELA y con las familias productoras, reforzando la articulación territorial y el posicionamiento del Fondo como instrumento de apoyo al sector.



2. Antioquia
3. Antioquia
4. Cundinamarca

Componente: Divulgación y publicidad en medios masivos y redes



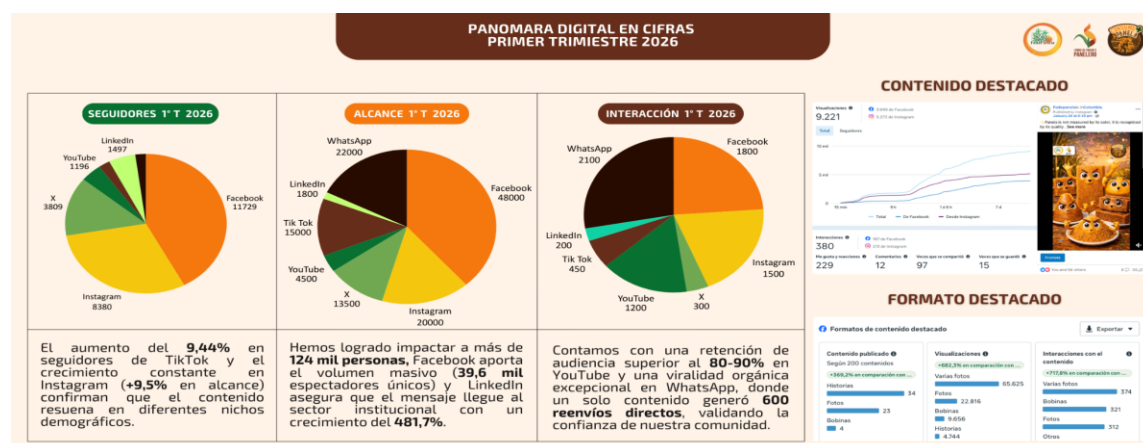
Indicadores:

1. Publicación, creación y emisión de **800** contenidos de actividades del Fondo de Fomento Panelero.
2. Producción, Edición y Emisión de **5** programas regionales “Tomémonos una agua de panela con”
3. Producción, Edición y Emisión de **4** programas regionales de “Panela Lovers”
4. Producción, Edición y Emisión de **2** programas regionales o nacionales de “Con Sabor a Panela”

Resumen Narrativo: Apoyar la promoción al consumo con material divulgativo y piezas requeridas para desarrollar una comunicación asertiva en canales digitales y medios de comunicación según requerimiento.

Resultado

1. Emisión y creación de 800 contenidos de actividades del fondo estrategia Informe Métricas Canales Digitales Fondo de Fomento Panelero



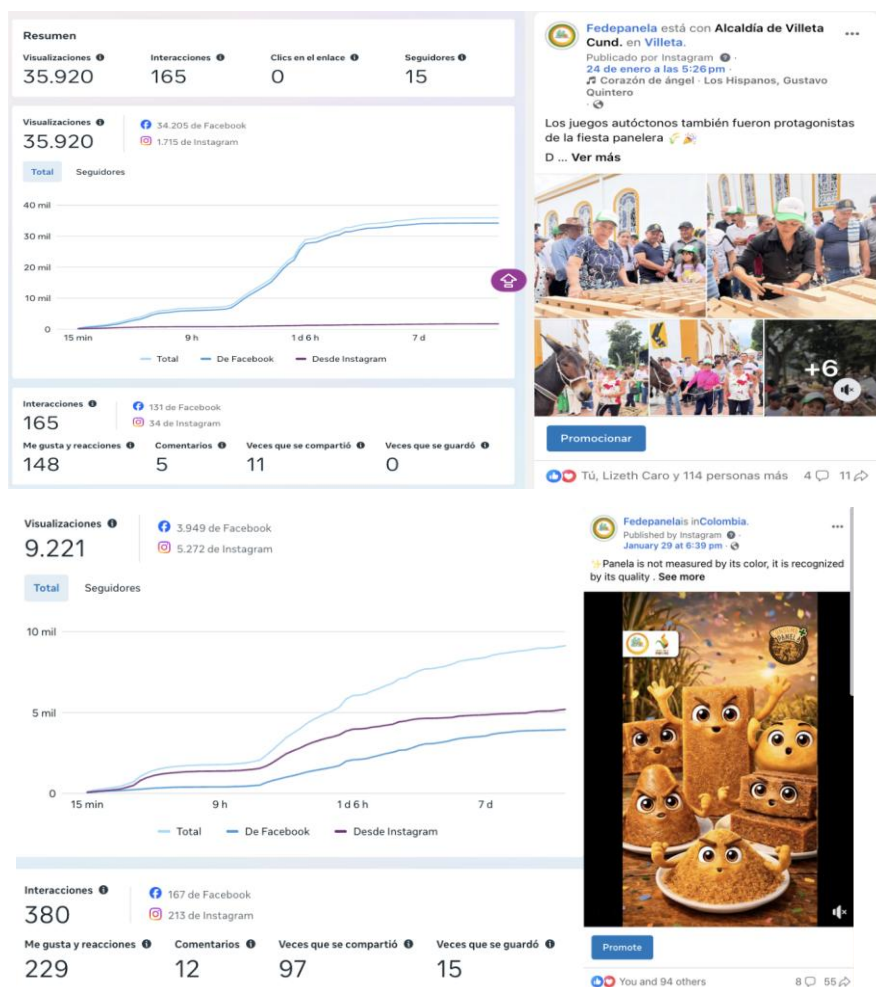
Durante el primer trimestre de 2026, el ecosistema digital del Fondo de Fomento Panelero consolidó una estrategia de omnicanalidad efectiva, logrando una **comunidad global de 27.090** seguidores. Esta expansión refleja una capacidad de penetración en audiencias diversas, destacando un **crecimiento del 9,44% en TikTok y una tendencia al alza del 9,5% en el alcance de Instagram**.

La gestión alcanzó un hito de **124.800 impactos totales**, sustentado en un modelo de distribución de contenido diferenciado donde Facebook lideró el volumen masivo con 39.600 espectadores únicos. Por otro lado, LinkedIn registró un crecimiento disruptivo del **481,7% en visibilidad, posicionando los mensajes gremiales en el sector profesional** con una eficiencia sin precedentes. Asimismo, **WhatsApp** se consolidó como el canal de mayor confianza y viralidad orgánica, donde un solo contenido generó **600 reenvíos directos**, validando la relevancia de la información para la comunidad.



Se registraron un total de **7.550 interacciones**, enfocando la estrategia en la profundidad del consumo y la fidelización. En YouTube se lograron tasas de retención de **audiencia superiores al 80-90% en contenidos clave**, asegurando que el mensaje educativo sobre la panela sea consumido íntegramente. Finalmente, la segmentación geográfica garantiza el impacto en el mercado local, con una concentración de **audiencia del 97,3% en Colombia** dentro de plataformas de rápido crecimiento como TikTok.

Contenido destacado en redes sociales en el primer trimestre de 2026





El rendimiento de las publicaciones durante este trimestre valida nuestra estrategia de diversificación, donde la tradición y la innovación tecnológica impulsaron el compromiso de la audiencia.

Innovación y Educación con IA: El video tendencia desarrollado con Inteligencia Artificial para la campaña "Consume + Panela" se consolidó como una de las piezas más eficientes, alcanzando 9.221 visualizaciones totales. Este contenido no sólo educó sobre la calidad del producto, sino que generó una respuesta activa de la comunidad con 380 interacciones, destacando 97 veces compartido, lo que amplifica el mensaje educativo de forma orgánica.

Identidad y Respaldo Gremial: El contenido enfocado en el Reinado Nacional de la Panela y los juegos autóctonos en Villeta demostró un alto impacto de visualización directa con 35.920 reproducciones. Con 165 interacciones y un crecimiento neto de seguidores en la publicación, esta pieza reafirmó el papel del Fondo como protector de la cultura panelera y dinamizador de los eventos regionales.

Eficiencia de Formatos: El análisis de formatos destacados revela que las Fotos lideran la generación de alcance con 65.625 visualizaciones, seguidas por los Videos con 22.816. Sin embargo, en términos de profundidad de compromiso, las fotos generaron el mayor volumen de interacciones con 374 acciones directas, demostrando que el registro visual de nuestras actividades en territorio sigue siendo el formato de mayor conexión con el usuario.

Este equilibrio entre el alcance masivo de las tradiciones y la alta interacción de los contenidos innovadores con IA asegura que el mensaje del Fondo de Fomento Panelero sea tanto visible como relevante para los diferentes perfiles de nuestra audiencia.

5 programas de “Tomémonos una agua de panela” en Nariño:

Descripción: Programa institucional y corporativo de Fedepanela – Fondo de Fomento Panelero, rediseñado en 2026 bajo un formato de podcast audiovisual. Es un espacio de entrevista profunda con líderes gremiales y productores innovadores, emitido en vivo todos los lunes por Facebook y YouTube.

Acciones: Producción y realización de 5 capítulos en el departamento de Nariño, documentando la gestión de figuras clave como el Presidente Jaime, líderes de Asotrama, y emprendimientos como Viche Mano de Buey, Don Señor del Futbolito y Alba Panela del Arco.

1. Viche Mano de Buey - Dery Gonzales (Tumaco, Nariño)
2. Asotrama - Asociación de trapicheros de Mallama (Mallama, Nariño)
3. Jairo Delgado - Panela Asocaña (Ricaurte, Nariño)
4. Panela Trapiche El Arco - Alba Ruth Chicaiza Villota (Consacá, Nariño)
5. Jaime Velásquez - Presidente Departamental de Paneleros de Nariño



Impacto: Durante el primer trimestre, este programa se consolida como el principal espacio de incidencia institucional y técnica del Fondo de Fomento Panelero. La serie en Nariño alcanza una audiencia proyectada de **4.500 visualizaciones directas**, logrando un hito en la profundidad del consumo con más de **110 horas de reproducción** acumuladas. Este resultado asegura una **tasa de retención superior al 85%**, lo que garantiza que el mensaje de liderazgo, innovación y relevo generacional de los productores nariñenses sea asimilado íntegramente por el sector gremial y académico. La estrategia multicanal posiciona este podcast como la herramienta de comunicación corporativa más influyente del periodo.



4 programas de “Panela Lovers” en Nariño:

Descripción: Estrategia de comunicación juvenil y moderna enfocada en formatos verticales (Reels y TikTok) de máximo 3 minutos. Bajo la conducción de su embajadora, el programa recorre regiones para visibilizar la versatilidad de la panela en nuevos mercados.

Acciones: Producción, realización y edición de **4 programas regionales** en el departamento del Nariño, destacando los licores artesanales y las historias de productores detrás de estos productos de innovación:

1. Hervidos típicos con Panela y Chapil: Laguna de La Cocha (El Encano, Nariño)
2. Destilería: Colombian Drinks (Aldana, Nariño)
3. Licor típico de la región: Chapil Los Chamizos (Ricaurte, Nariño)
4. Parque Gradas de Belén y Dulces Guerrero's (Sandoná, Nariño)

Impacto: La ruta de diversificación en Nariño se posiciona como la estrategia de mayor viralidad y crecimiento orgánico del trimestre. Los contenidos alcanzan un impacto de **15.000 visualizaciones** en plataformas de formato



corto, impulsando un crecimiento del **9,44% en la comunidad de seguidores**. La serie logra una conexión crítica con el **97,3% de la audiencia nacional**, dinamizando la percepción comercial de la panela al vincularla con sectores de innovación como la destilería artesanal y el turismo gastronómico de alta gama. Este programa es el principal motor de nuevos registros y visibilidad para los emprendimientos rurales en el ecosistema digital.



2 programas de “Con Sabor a Panela” (Gran Relanzamiento)

Descripción: Competencia gastronómica de alto impacto que pone a prueba la versatilidad de la panela en combinación con otros productos del agro colombiano. El programa otorga el título de **"Maestro Panelero"** y se desarrolla en un formato de "Ring", donde gremios invitados (Asoleche, Fedegán, Fenavi, Corpohass, entre otros) participan en desafíos culinarios.

Acciones: Producción y edición de los primeros 2 capítulos de la temporada, iniciando el testeo de combinaciones proteicas y lácteas con diferentes versiones de panela para demostrar su superioridad como ingrediente transversal en la cocina nacional.

1. Programa digital - Invitado especial - Asoleche
2. Programa digital - Invitado especial - Fedepapa

Impacto: El relanzamiento de este programa genera un impacto disruptivo en la visibilidad intergremial, alcanzando más de **1.800 impresiones en LinkedIn** y un incremento de visibilidad del **481,7%** en entornos profesionales. La competencia gastronómica se convierte en un fenómeno de validación social, registrando más de **600 re-envíos directos en WhatsApp**, lo que representa un alcance indirecto estimado de **22.000 impactos** en círculos de consumo privado. El programa logra posicionar el título de **"Maestro Panelero"** como un estándar de excelencia, elevando la percepción de la panela como un ingrediente versátil frente a otros gremios líderes del agro colombiano.



Resultados Destacados: Ecosistema de Programas primer trimestre de 2026

- **Dominio de la omnicanalidad estratégica:** Se ha logrado una especialización de canales donde cada programa cumple un rol crítico: "Tomémonos una agua de panela con" educa y fideliza, "Panela Lovers" viraliza y atrae audiencias jóvenes, y "Con Sabor a Panela" posiciona la marca institucionalmente ante otros gremios.
- **Viralidad orgánica y credibilidad:** El éxito de los programas no depende únicamente de algoritmos públicos; la alta tasa de **600 re-envíos directos en WhatsApp** indica que el contenido de los programas es percibido como valioso y confiable por la comunidad, generando una recomendación "voz a voz" digital difícil de alcanzar con pauta tradicional.
- **Efectividad del storytelling regional:** El enfoque trimestral en Nariño permitió una narrativa profunda que conectó con el **97,3% de la audiencia nacional**. Documentar historias reales de innovación (como el viche y la destilería artesanal) impulsó un crecimiento del **9,44% en seguidores** en plataformas dinámicas como TikTok.
- **Calidad de Impacto sobre volumen:** Más allá del alcance masivo de **124.800 impactos totales**, el insight más potente es la **retención de audiencia de hasta el 90%** en YouTube. Esto demuestra que los programas digitales del Fondo están logrando captar la atención sostenida de los usuarios en un entorno digital saturado.
- **Crecimiento en el sector profesional:** La apuesta por el relanzamiento de programas en LinkedIn resultó en un **incremento del 481,7% en visibilidad**. Este insight revela que los programas digitales están abriendo puertas en el sector corporativo y profesional, elevando el perfil de la panela a un ingrediente de alta cocina y sofisticación técnica.

Componente: Herramientas para la promoción al consumo de panela

Resumen Narrativo: Elaboración de material publicitario para las actividades de promoción al consumo del Fondo de Fomento Panelero, según requerimientos regionales y naciones de actividades

Indicadores :

- Elaboración de diseños gráficos de promoción al consumo un aumento del 15% en el trimestre



- Elaboración de material publicitario para las actividades de promoción al consumo del F.F.P, según requerimientos regionales y nacionales de actividades.

Resultado

1. Renovación de la línea gráfica corporativa

Durante el trimestre se adelantó un proceso de actualización de piezas institucionales, incluyendo:

- Rediseño de presentaciones corporativas.
- Actualización de membretes oficiales.
- Ajustes en lineamientos visuales para piezas digitales e impresas.

Esta renovación permitió fortalecer la coherencia visual, mejorar la percepción institucional y garantizar uniformidad en la comunicación del Fondo en escenarios técnicos, gremiales y públicos.

2. Continuidad de la campaña “Consume + Panela”

En el marco de la estrategia nacional de promoción al consumo, se dio continuidad a la campaña “Consume + Panela”, orientada a impulsar el consumo cotidiano y consciente del producto a nivel nacional.

La campaña mantiene como propósito resaltar:

- El origen natural de la panela.
- Su valor nutritivo y energético.
- Su impacto positivo en las comunidades rurales.
- Su papel como símbolo de identidad y orgullo nacional.

Durante el primer trimestre de 2026 se produjo y difundió contenido digital alineado a los cuatro ejes estratégicos de la campaña:

- Orgullo y cultura panelera.
- Salud y beneficios naturales.
- Consumo y estilo de vida.
- Impacto social y sostenibilidad.

Se desarrollaron piezas gráficas estáticas y animadas para redes sociales, contenidos de alto impacto y materiales adaptados a actividades territoriales, garantizando presencia constante de la campaña en los canales digitales institucionales.



3. Parrilla de contenido digital

Se dio continuidad a la producción sistemática de contenidos digitales orientados a:

- Promoción del consumo.
- Visibilización de actividades institucionales.
- Difusión de eventos y activaciones regionales.
- Posicionamiento del sector panelero.

El incremento en la producción de piezas gráficas y materiales promocionales permitió cumplir con el indicador de aumento del 15 % en diseños de promoción al consumo durante el trimestre.

Impacto y resultados del componente

Las acciones desarrolladas permitieron:

- Fortalecer el posicionamiento de la panela como producto insignia del campo colombiano.
- Consolidar una identidad visual más sólida y coherente del Fondo de Fomento Panelero.
- Amplificar los mensajes de promoción del consumo en entornos digitales y territoriales.
- Reforzar la conexión entre tradición, innovación y sostenibilidad en la narrativa institucional.
- Mantener presencia constante en canales digitales, fortaleciendo la recordación del mensaje "Consume + Panela".

4. Material POP

Desarrollo y producción de piezas gráficas y herramientas físicas destinadas a fortalecer la visibilidad de marca y el fomento al consumo en eventos regionales y activaciones de territorio.

Acciones:

- Diseño y producción de botones institucionales de la campaña "Consume + Panela", utilizados como identificadores para la comunidad y embajadores de marca.
- Creación de pendones informativos y decorativos con la nueva línea gráfica 2026, destacando los beneficios nutricionales y la versatilidad del producto en eventos como el Reinado Nacional de la Panela en Villeta y la ruta en Nariño.
- Desarrollo de herramientas de visibilidad para el "Ring Gastronómico", asegurando una estética profesional y coherente con el relanzamiento del programa.



Impacto: El material POP fue fundamental para transformar el alcance digital en una presencia física tangible, contribuyendo a la percepción de una marca sólida y organizada. Estas herramientas permitieron que la identidad visual del Fondo de Fomento Panelero fuera coherente en todos los puntos de contacto, facilitando la **fidelización de los 27.090 seguidores** que ahora identifican la marca no solo en redes, sino en sus comunidades. Además, el diseño de estas piezas reforzó la imagen profesional en LinkedIn, donde se registró un incremento de **visibilidad del 481,7%** gracias al registro fotográfico de estas herramientas en uso institucional.

Piezas gráficas



Cordialmente,

CARLOS FERNANDO MAYORGA MORALES
Gerente General FEDEPANELA
Administrador del Fondo de Fomento Panelero