

INFORME DE GESTION CONSOLIDADO 2 TRIMESTRE 2025

INFORME RECAUDO

El recaudo de cuota de fomento panelero con corte a 31 de mayo de 2025 correspondió a \$2.548.133.424 que comparado con el mismo periodo del año anterior (\$2.245.981.876) presentó un incremento del 13.5%.

Los meses de febrero y abril fueron los de mayor afectación en el recaudo.

ene-2025	feb-2025	mar-2025	abr-2025	may-2025	Acum. 2025
\$464.407.081	\$470.269.992	\$545.397.032	\$513.037.325	\$555.011.977	\$2.548.123.407

Los departamentos que presentaron mayor afectación en los ingresos de recaudo en el periodo fueron: Tolima, Santander y Norte de Santander,

Los factores que han influido en la disminución del recaudo de acuerdo con el seguimiento realizado por la dirección administrativa y de recaudo con los delegados es la siguiente:

TOLIMA:

Teniendo en cuenta los comportamiento del mercado de la panela en el departamento del Tolima en lo corrido de este año y teniendo como referencia el recaudo del año anterior, podemos analizar variaciones muy ligeras en el comportamiento del recaudo para este año, analizando la situación presentada en la zona más profundamente, encontramos múltiples situaciones que conlleva a la disminución y variación del recaudo, en donde podemos mencionar algunas tales como, bajos rendimientos de producción de panela en la zona (cultivos con bajos rendimientos en producción de caña), escasez de mano de obra para las labores de la producción de caña panelera, sustitución de cultivos de caña, por cultivos que demandan menos mano de obra (cacao y aguacate).

Pero principalmente se debe a dos situaciones en particular, una es por el aumento del precio del rollo de cinta, lo cual ha generado el aumento de evasión y por ende la disminución de la venta de rollos, especialmente en el municipio de mariquita, esto conlleva a la segunda situación presentada, la cual se refiere a la venta de rollos de otros departamentos, específicamente de Cundinamarca, dado a que en dicho departamento el precio del rollo es inferior al del departamento del Tolima, lo que ocasiona que comerciantes compren para demanda personal y en ocasiones distribuyen dichos rollos a productores y comerciantes locales, a precios mas bajos, lo ca ocasionado una disminución de la venta de rollos en dicho municipio casi de un 45%, lo que impacta negativamente en el recaudo general del departamento.

Por otra parte, se evidencia una ligera recesión en la venta de panela al consumidor final, debido a los altos precios que en los últimos meses se ha venido presentando en el valor del kilo de panela, lo que ocasiona que los consumidores finales de más bajos recursos opten por consumir productos sustitutos, como azúcar y otros productos endulzantes de índole industrial, dicha situación la podemos identificar en la mayoría de empresas que liquidan en el departamento, donde emos evidenciado una continua disminución, pero muy ligera, en sus ventas mensuales, lo que ocasiona también variaciones en el recaudo.

CONTROL DE LA SITUACIÓN GENERADA

Para poder tener un control más enfocado de la situación, se hace necesario enfocar los esfuerzos en dichas situaciones que generan más impacto en la dinámica del recaudo, por lo tanto se ha venido trabajando en alternativas que permitan mitigar dichas afectaciones, donde se ha trabajado estrategias como operativos de seguimiento y control a la cuota de fomento en las principales plazas y centros de acopio, enfocadas principalmente en esas zonas donde más afectación hay, de igual manera, se a trabajar articuladamente con policía de tránsito y policía carabineros, con el fin de realizar seguimientos y control tanto en carretera como en establecimiento de comercio, centros de acopio y mercado en general, por otra parte se sigue implementando la estrategia de aumentar progresivamente los retenedores que son un eslabón importante en el desarrollo de dicha estrategia, mediante la visita individual a establecimientos de comercio.

ESTRATEGIAS DE AUMENTO DEL RECAUDO

Dentro de las estrategias dimensionadas, como delegado de recaudo y de acuerdo con el lineamiento del control de la situación presentada, nos enfocaremos en tres estrategias fundamentales las cuales nos permita avanzar con resultados positivos en este proceso.

- Ampliación de zona de cobertura, mediante la aplicación de esta estrategia se busca ampliar la base de recaudo de los retenedores mediante la visita continua a establecimientos de comercio en zonas que históricamente no se ha tenido ningún acercamiento por parte de los delegados de recaudo.
- Operativos de seguimiento y control, con esta alternativa buscamos impactar todo en tema de evasión y comercialización de estampilla de otros departamentos, de esta manera obtener un aumento en el recaudo por venta convencional.
- Capacitaciones, con esta iniciativa lo que se busca es poder capacitar a policía de tránsito y transporte y carabineros, fon el fin de que ellos tengan información de primera mano, sobre todo lo que concierne a la normatividad vigente, con el fin de incitarlos y motivarlos a desarrollar un trabajo continuo que nos permita tener un control y vigilancia permanente en este proceso que es de vital importancia para la mejora del recaudo departamental.

SANTANDER – NORTE DE SANTANDER:

Frente a los departamentos donde se observo incremento del porcentaje de recaudo de la cuota de fomento describimos los siguientes análisis.

VILLETA:

Nota: En mayo 2025 se registra un recaudo de \$17.154. 700 con 170 rollos, se dispone del dato de mayo 2024 para comparación. \$10.330.000 con 129 rollos

Causas de la Disminución del Recaudo

- **Disminución de producción panelera:** Reducción del número de fincas paneleras activas. Algunas han cesado producción definitivamente.

- **Reconversión de actividades económicas:** Varios predios se han transformado en proyectos turísticos, abandonando la actividad agrícola.
- **Escasez de mano de obra campesina:** Dificultades para mantener el ritmo productivo por falta de personal.
- **Deserción de comerciantes:** Salida de actores tradicionales del mercado de la panela, afectando la comercialización.
- **Venta directa desde el trapiche:** Parte de la producción se comercializa directamente sin pasar por la plaza ni generar etiquetas, disminuyendo el número de rollos registrados.
- **Factores climáticos:** Temporada invernal ha afectado tanto la producción como la logística de transporte.
- **Aumento del valor del rollo de etiqueta:** Ha generado resistencia entre algunos productores y comerciantes.

Dinámica de Mercado Observada

- Se evidencian fluctuaciones importantes mes a mes.
- Marzo 2025 presentó un leve repunte, probablemente por reactivación de algunas molindas y llegada de panela de otros municipios como Caparrapí.
- A partir de abril y mayo, aunque se reportan nuevas molindas, la comercialización formal continúa limitada.
- El fenómeno de venta directa desde el trapiche genera subregistro de la producción.

Aportantes y Cumplimiento de Cuota

En la zona de Villeta se destaca el cumplimiento permanente y mensual de la empresa **Márquez Aguel Hermanos S.A.S.**, único aportante consolidado desde periodos anteriores. Esta empresa no presenta variaciones negativas en su recaudo, lo que demuestra su compromiso y formalidad con la cuota de fomento panelero.

Durante el año 2025 también se vincularon **tres nuevos aportantes** que han iniciado cumplimiento del recaudo:

- Agroindustria La Joya
- Jeison Poveda
- Asociación cosecha del Municipio de Sasaima
-

Estos nuevos actores representan un avance positivo en la ampliación de la base de aportantes y son resultado de las gestiones realizadas en campo.

Conclusiones zona Gualivá – Villeta Cundinamarca:

- La zona de Villeta presenta una disminución significativa del recaudo (-15%) en el primer cuatrimestre de 2025 frente al mismo período de 2024.
- Esta variación se debe principalmente a factores estructurales del entorno productivo panelero, la dinámica del mercado y condiciones climáticas adversas.
- A pesar de ello, se han implementado acciones de mejora en gestión y seguimiento por parte de la delegada.

BOYACA – ZONA HOYA DEL RIO SUAREZ:

De acuerdo a la presentación de recaudo consolidado por los departamentos de Boyacá y Santander Rio Suarez es trascendental evidenciar que se presentan variaciones dentro del proceso de recaudo; es importante revisar y poner en conocimiento factores los cuales afectan en cierta manera el aumento del mismo durante el año 2025; si bien es cierto uno de ellos es la variación del precio de panela el cual tiene un impacto significativo dentro del proceso de recaudo ya que hay factores que influyen en la variación del precio como lo es la oferta y la demanda, los costos de producción, las condiciones climáticas y las políticas gubernamentales, adicionalmente a esto el impacto en la producción y comercialización lo que hace que se observe esta baja en el recaudo de cuota de fomento panelero. Como segundo factor encontramos el atraso de pagos de meses consecutivos por parte de los aportantes en las liquidaciones lo cual del mismo modo genera una diferencia en el recaudo, como tercer factor esta el clima lo cual no permite el acceso a las vías terciarias para el transporte empaque y comercialización de la panela lo que afecta a los comercializadores en las ventas mensuales de acuerdo a esto es importante monitorear la variación de precios y ajustar estrategias de recaudo que sean necesarias para maximizar el recaudo de cuota de fomento panelero.

Como delegada de recaudo pienso que es fundamental establecer parámetros medibles para evaluar el desempeño y ajustar estrategias de control y aumento de recaudo. Este informe presenta una serie de parámetros que pueden ser utilizados para medir el éxito de las estrategias implementadas.

PARAMETROS MEDIBLES INDICADORES DE GESTION

1. **TASA DE RECAUDO:** Se debe revisar el monto recaudado de acuerdo con el monto que se tiene proyectado, estableciendo un objetivo claro.
2. **EFICIENCIA DE RECAUDO:** Establecimiento del tiempo promedio para el procesamiento de los pagos y numero de pagos realizados mensualmente.
3. **NIVEL DE CUMPLIMIENTO:** Tener presente el número y valores de pagos recibidos dentro del plazo establecido por el fondo.

INDICADORES DE EFECTIVIDAD

1. **INCREMENTO EN EL RECAUDO:** Se establece la variación porcentual en el recaudo mensual
2. **REDUCCIÓN DE LA MOROSIDAD:** Buscar estrategias para la disminución en el número de pagos atrasados de acuerdo con las fechas establecidas.
3. **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:** Evaluar la efectividad, puntualidad del aportante en el proceso de pago de cuota de fomento panelero.

INDICADORES DE CONTROL

1. **PRECISIÓN EN LA FACTURACIÓN Y GENERACION RECIBO DE CAJA:** Exactitud en la generación y realización de liquidaciones con el fin de generar precisión en la expedición de los recibos de caja.
2. **SEGURIDAD EN EL PAGO:** Número de incidentes de seguridad relacionados con pagos.
3. **CUMPLIMIENTO NORMATIVO:** Grado de cumplimiento con las regulaciones y leyes aplicables para el correcto pago de la cuota de fomento panelero.

INDICADORES DE ESTRATEGIA

1. **IMPACTO DE CAMPAÑAS:** Efectividad de las campañas de cobro y incentivos para hacer que el aportante se motive a cumplir con el pago de la cuota de fomento panelero.

2. **ADOPCIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS:** Uso de tecnologías para mejorar el recaudo y la experiencia del aportante.
3. **COLABORACIÓN INTERDEPARTAMENTAL:** Nivel de coordinación entre departamentos para mejorar el recaudo.

Los parámetros medibles propuestos en este informe pueden ser utilizados para evaluar el desempeño y ajustar estrategias de control y aumento de recaudo. Es importante establecer metas específicas para cada parámetro y monitorear regularmente los resultados para asegurarse de que se están alcanzando los objetivos.

ESTRATEGIAS DE CONTROL Y AUMENTO DE RECAUDO:

Para controlar y aumentar el recaudo, propongo implementar las siguientes estrategias:

1. **NOTIFICACIONES PERSONALIZADAS:** Enviar recordatorio y notificaciones a cada aportante sobre los plazos de pagos y los montos adeudados.
2. **CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN:** Organizara campañas de sensibilización para informar a los aportantes sobre la importancia del pago oportuno y los beneficios de cumplir con sus obligaciones tributarias.
3. **ANÁLISIS DE DATOS:** Analizar los datos de recaudo para identificar patrones y tendencias que permiten ajustar las estrategias de recaudo.

Al establecer un sistema de seguimiento y evaluación, se puede garantizar la transparencia y la rendición de cuentas y tomar decisiones informadas para ajustar las estrategias de recaudo según sea necesario.

HUILA:

En el departamento se atienden los municipios de Isnos, San Agustín y Pitalito los cuales tienen mercados permanentes principales productores de panela, y los demás municipios se realizan visitas a supermercados y centros de distribución.

De acuerdo al seguimiento a la tabla de recaudo acumulado aun no se superado lo proyectado ya que se ha venido atravesando una grave afectación climática, falta de mano de obra que ocasiona baja producción, y un desabastecimiento en los diferentes mercados de panela, otro impacto significativo ha sido que durante los últimos meses se ha venido evidenciando el ingreso de rollos de etiquetas de los departamentos de Cauca, Tolima y el municipio de Villeta, debido a la diferencia de precio que tienen con relación al Departamento del Huila, reflejado en la baja venta de rollos e encontrando panela ya etiquetada en las diferentes bodegas y supermercados, así mismo se evidencia la reutilización de las etiquetas que por el tipo de embalajes es muy fácil de pegar y despegar y en una semana utilizar las mismas etiquetas durante el transporte esta problemática se evidencia con los comerciantes que entregan panela al menudeo o a tiendas pequeñas que no realizan la verificación de las etiquetas, y aunque se les han realizado visitas de control hacen caso omiso a las mismas, Igualmente falta de control por parte de la autoridades en carretera

VALLE DEL CAUCA:

Debido al invierno, por el cual afecta mucho los cultivos y hace que se disminuya la producción por ende disminuye la demanda. En el Departamento se atienden los diferentes municipios dando cumplimiento a la ley 40 de 1990; Esta atención es tanto a los productores como comerciantes y a

diferentes supermercados y tiendas. De acuerdo con la tabla de recaudo acumulado y en comparación del año 2024-2025 "no se superó lo proyectado", ya que en el año pasado funcionaban empresas que hoy en día ya no están, como son: El Triángulo, Agropanela el Carmelo, Agropanela Santa Helena, Caña Dulce, La Palestina, Trapiche del Valle; sumado a esto hay una grave afectación climática, falta de mano de obra que ocasiona baja producción y un desabastecimiento en los diferentes mercados de panela.

SOCORRO:

En cuanto a la disminución del recaudo en comparación con el mismo periodo del año anterior, el señor Freddy Sosa empezó a liquidar y otros comerciantes están comprando la panela en Santana Boyacá ejp don Efraín Alberto Oliveros.

ANTIOQUIA:

Para el año de 2024 el total de recaudo fue de \$ 182.715.535 y para el 2025 fue de \$ 226.726.443, hubo una variación de \$ 44.010.908, 24%, esta variación se debe a que en el año 2024 los rollos bajaron de precio y en el 2025 subieron considerablemente por rollo \$ 33.000, esto aumentó el recaudo.

En el cuatrimestre se realizaron visitas a productores y comerciantes en varios municipios del departamento (Barbosa, Frontino, Yolombo, san Roque, Cocorná, con el fin de concientizarlos sobre la importancia de adquirir el rollo de etiqueta física o hacer el aporte en base a la liquidación del 0.5%.

Se realizaron visitas a supermercados nuevos y antiguos para verificar que la etiqueta si este adherida a la bolsa o caja de panela.

Se realizó capacitación a la policía de carabineros el día 14 de marzo de 2025, en la Escuela Carlos Holguín del municipio de Medellín.

Se realizó Capacitación a la Asociación de paneleros del municipio Cocorná - Asopaco, el día 23 de marzo de 2025, contando con muy buena asistencia, se habló de la ley 40 de 1990 y la resolución 779 de 2006.

COMPORTAMIENTO DEL RECAUDO:

- Se evidencia incremento del recaudo en el 2025, debido a una mayor compra de etiquetas por parte de algunos productores y comerciantes.
- Ya no hay cosecha de café, por lo tanto, ya se consigue mano de obra para las moliendas.
- Nuevos Aportantes de la cuota de fomento panelero.
- Capacitaciones a productores, comerciantes y la policía influye también.

ESTRATEGIAS DE CONTROL PROYECTADAS PARA INCREMENTO DEL RECAUDO

- Continuar con las capacitaciones a productores, comerciantes y policía, en los diferentes municipios del Departamento.
- Visitar nuevos supermercados en todo el departamento, ya que estos son los captadores de nuevos productores y comerciantes.
- Visitar agro empresas paneleras formalizadas, comerciantes y mercados locales, para que hagan el aporte al fondo de fomento panelero a través de la liquidación de retención del 0.5%.

- Insistir con los supermercados que ya se han notificado para que realicen el respectivo aporte al fondo de fomento panelero.
- Seguir con la gestión de recaudo diariamente en la central mayorista y en todo el Departamento.
- Visitar organizaciones paneleras y capacitarlos sobre el cumplimiento de la ley 40 de 1990, haciéndoles entender el destino de los recursos y los beneficios para el desarrollo de gremio.

NARIÑO:

En Nariño tenemos 4 puntos de Recaudo permanente Pasto, Sandoná, Ancuya y Tambo, donde se paga la Cuota de Fomento Panelero de diversos municipios como los son Linares, Consaca, Ricaurte, Mallama, El Peñol, Chachagüí, La Florida, El Tambo, Ancuya y Sandoná, las dinámicas de recaudo varían por la caña disponible, el clima, la mano de obra, las vías de acceso y los bloqueos que se puedan presentar a nivel departamental o nacional. En Nariño entregamos rollos de lunes a domingo dependiendo la demanda de este para evitar la baja del recaudo.

El 90% de la caña producida en Nariño sale del departamento, no somos consumidores de panela por eso acompañamos mucho las campañas de promoción al consumo en la Región.

Venimos atravesando 2 años de una afectación climática fuerte, hay escases de caña madura, puesto que se está cosechando muy rápido para aprovechar los precios relativamente justos en el mercado y esto hace que los cañicultores no den todo el tiempo necesario al cultivo y el rendimiento es menor, a esto sumado los cultivos perdidos por los diversos fenómenos naturales.

En enero se tuvo conocimiento que se estaba adicionando azúcar a las producciones de panela, incluso eso hizo que el recaudo no baje más de lo esperado, se acompañaron reuniones y capacitaciones a productores y comerciantes motivando a no usar aditivos para mejorar el rendimiento de la misma, teniendo en cuenta la información del equipo técnico no hay tanta caña disponible, por lo tanto se va a seguir observando una constante de recaudo y puede ser una comparativamente baja de recaudo con el año anterior.

Históricamente nos ha mostrado un alza de recaudo para el último trimestre del año en Nariño. que es cuando los cultivos cumplen su ciclo de siembra.

ESTRATEGIAS DE RECAUDO

- Seguimiento permanente a comerciantes y productores
- Capacitaciones a Policía y Puestos de Control
- Visitas a trapiches

CALDAS:

De acuerdo a la evaluación que se realiza mes a mes podemos evidenciar, que el crecimiento fue jalonado por los meses de marzo con un 54 % de crecimiento y abril con un 102 % ayudando esto a los decrecimientos del mes de enero y febrero con -9 y -10 respectivamente, se puede evidenciar en el terreno oportunidades de crecimiento en el recaudo, en sectores como supermercados, minimercados, y comercializadores, esto debido a que la base de clientes observada está por debajo de los posibles aportantes a la cuota de fomento.

se viene trabajando para aumentar esta, sin embargo, es de anotar que estas cifras se pueden ver afectadas en su disminución por la variable de cosechas de café que se puedan efectuar en algunos meses del año.

CUNDINAMARCA:

Los rollos por venta regular, en comparación con el mismo periodo del año pasado, principalmente en los mercados de Caparrapí y la Peña en algunos meses han aumentado, en otros no, pero el precio de resolución vigente en comparación con el año anterior incentiva el aumento del recaudo, aunque en algunos meses se enfrentaron factores como el invierno y la baja producción de panela que llega a las plazas de mercado.

También en el periodo analizado de 2025 y 2024, algunas empresas productoras y comercializadoras registraron mayores ventas en las liquidaciones de 2025.

Con el acompañamiento de la dirección de recaudo, en la gestión realizada con los retenedores este año han ingresado 3 nuevos retenedores de la cuota de fomento y se continua con esta gestión.

CAUCA:

La reactivación del comité de control y vigilancia por parte del secretario de la comisión técnica del ministerio de agricultura en el año anterior permitió que se estableciera con la policía dos puntos de control y vigilancia en puntos estratégicos de la vía panamericana, en la zona del antiguo peaje de Tunia y en el punto del peaje de Villa Rica, teniendo en cuenta que el vecino departamento del valle en especial la ciudad de Cali vienen hacia nuestro departamento en busca de producto para comercializar en la mayorista de Santa Helena, puestos de control que antes no se tenían o eran muy esporádicos. Desde mi punto de entrega en la zona de Popayán concientizar a los comerciantes de la obligatoriedad del pago de la cuota de fomento y evitar inconvenientes en la vía y retrasos en las entregas de sus pedidos. Otro factor que influye en la variación es que varios comerciantes y productores lograron entrar a los programas del PAE en donde se les exige que el producto cumpla con la normatividad.

RISARALDA:

Con relación al aumento en el recaudo de Risaralda y Quindío en el primer trimestre del año 2025 con relación al año 2024, sin lugar a duda se debe al trabajo conjunto con los supermercados, a las diferentes capacitaciones, las reuniones de los comités de vigilancia y control. Adicional a esto el continuo apoyo de la policía en los operativos realizados en las zonas. Es bueno anotar que después del primer trimestre se han cerrado algunos trapiches lo que muy seguramente se verá reflejado en el segundo trimestre del año en curso.

COMPARATIVO DE RECAUDO 2024 – 2025

A continuación presentamos el comparativo de recaudo con corte a mayo de los años 2024 y 2025, donde podemos observar la variación por cada uno de los departamentos y el recaudo de los almacenes de cadena y exportaciones que se consolidan directamente por la oficina central.

Importante definir que la zona oriental correspondiente a los departamentos de Santander y Norte de Santander, son los departamentos que tuvieron disminución en el recaudo, denotado por las siguientes características:

En el siguiente informe me permito realizar un análisis del recaudo de los primeros cuatro meses del año 2025 comparado con los cuatro meses del año anterior.

Mes	2024	2025	Variación Anual			
Enero	\$		17.483.910	\$	12.974.496	-\$ 4.509.414

Mes	2024	2025	Variación %			
Enero	\$		17.483.910	\$	12.974.496	-26%

Para el año 2024 en el mes de enero el total recaudado fue de \$17'483.910 y para el 2025 fue de \$12'974.496, hubo una variación del -26%, esta variación que se observa se debe a que la empresa Agroinnova y Judith Paola Valbuena fueron reportados en el informe del mes de enero de 2024 y en el 2025 ya no, ese aporte es de casi \$5.000.000 mensuales pero al momento de presentar la liquidación de enero de 2025 se registra un saldo a favor de la empresa y el sistema no permite hacer el ingreso de recaudo. Adicional a esto, el supermercado Mas por Menos no se registra en el 2025 porque no ha presentado los soportes correspondientes y tiene varios meses de atraso a pesar de la solicitud reiterada por parte del delegado.

Mes	2024	2025	Variación Anual			
Febrero	\$		19.438.741	\$	5.214.045	-\$ 14.224.696

Mes	2024	2025	Variación %			
Febrero	\$		19.438.741	\$	5.214.045	-73%

Para el año 2024 en el mes de febrero el total recaudado fue de \$19.483.741 y para el 2025 fue de \$5.214.045, hubo una variación del -73%, esta variación que se observa se debe a que, así como en el mes de enero se registra un ingreso de la empresa Judith Paola Valbuena y en el 2025 no, además, dos supermercados en mora se actualizaron, entonces se registran recaudo de meses atrasados. Adicional a eso, en febrero de 2025 el delegado tuvo un receso por vacaciones lo que interrumpió algunas tareas que permiten mantener el recaudo al día.

Mes	2024	2025	Variación Anual			
Marzo	\$		21.323.386	\$	8.725.162	-\$ 12.598.224

Mes	2024	2025	Variación %			
Marzo	\$		21.323.386	\$	8.725.162	-59%

Para el año 2024 en el mes de marzo el total recaudado fue de \$21.323.386 y para el 2025 fue de \$8.725.162, hubo una variación del -59%, esta variación que se observa se debe a que nuevamente se presenta la situación de la empresa Judith Paola Valbuena que representa casi \$7.000.000 mensuales y para el año 2025 dejó de ingresar ese recaudo. Por otra parte, el aportante Cleotilde Mendoza no ha vuelto a registrar recaudo en el año 2025, se manifiesta que ha disminuido la comercialización de panela. También para marzo de 2024 hubo ingreso por parte de Los Trapiches y El Trapiche, para el año 2025 solo se registra el ingreso de la empresa Los Trapiches, la empresa comunicó con anterioridad que iban a liquidar solo por una empresa.

Mes	2024	2025	Variación Anual			
Abril	\$		10.252.734	\$	9.340.917	-\$ 911.817

Mes	2024	2025	Variación %			
Abril	\$		10.252.734	\$	9.340.917	-9%

Para el año 2024 en el mes de abril el total recaudado fue de \$10.252.734 y para el 2025 fue de \$9.340.917, hubo una variación del -9%, esta variación que se observa se debe a que a pesar de que el precio del rollo por resolución para el año 2025 aumentó, se registra en abril de 2024 una compra mayor de etiquetas por parte de las asociaciones COOINCAPRO y ASOLAGO, para el 2025 ha disminuido la frecuencia de compra y algunos comercializadores han presentado inquietudes por el aumento del precio del rollo.

Mes	2024	2025	Variación Anual			
Mayo	\$		9.338.980	\$	4.514.723	-\$ 4.824.256

Mes	2024	2025	Variación %			
Mayo	\$		9.338.980	\$	4.514.723	-52%

Para el año 2024 en el mes de mayo el total recaudado fue de \$9.338.980 y para el 2025 va en \$4.514.723, la variación del -52% no se puede definir todavía ya que aún falta la mitad del mes de mayo, sin embargo, en mayo de 2024 se reportaron unas exportaciones de la empresa VEGA RODRIGUEZ que para el año 2025 ya no se reportan más en la liquidación las cuales representaban casi \$4.000.000, se espera que para finalizar el periodo de mayo se registre un recaudo mayor del 2024.

En lo corrido del año 2025 se han realizado varias visitas a supermercados y comercios potenciales para nuevo recaudo, se les ha comunicado el debido proceso para el recaudo de la cuota de fomento panelero personal y vía e-mail. También se realizó capacitación con policía para apoyo y control con el objetivo de detectar comerciantes que estén evadiendo el pago de la cuota de fomento.

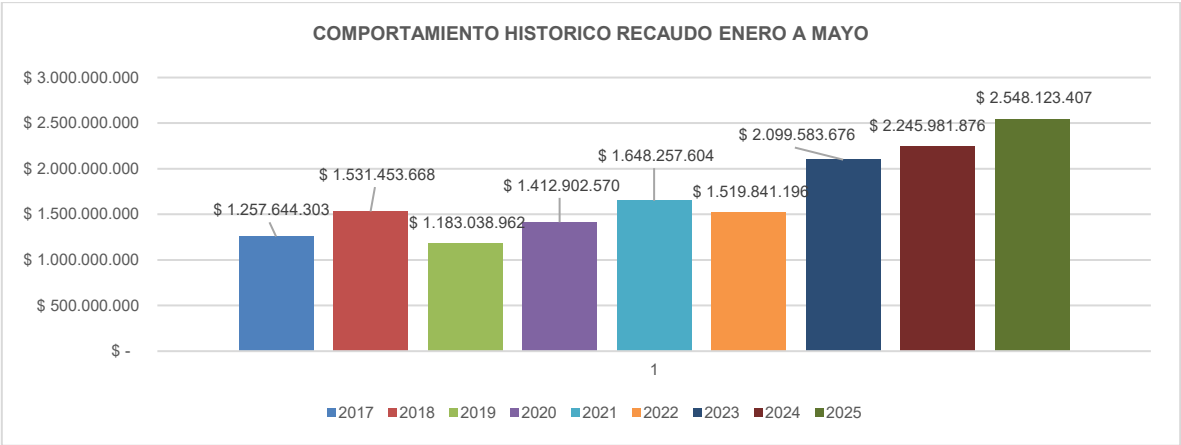
Con base en lo observado en la visita se generan las siguientes acciones:

- Realizar capacitaciones y operativos constantes para controlar más el recaudo para hacer la transición de la informalidad a la formalidad.
- Comunicación constante para la captación de nuevo recaudo y nuevos supermercados retenedores.
- Realizar llamadas a aportantes que han dejado de aportar la cuota de fomento para verificar las razones.

CONCEPTO	RECAUDO EFECTIVO A MAYO 2024	RECAUDO EFECTIVO A MAYO 2025	VARIACIÓN
REGION SUR OCCIDENTE	\$ 318.784.430	\$ 408.870.760	28,3%
NARIÑO	\$ 168.752.751	\$ 190.731.098	13,0%
CAUCA	\$ 10.971.234	\$ 26.484.984	141,4%
VALLE	\$ 139.060.445	\$ 191.654.678	37,8%
REGION SUR	\$ 174.969.311	\$ 184.136.394	5,2%
HUILA	\$ 122.798.594	\$ 133.775.892	8,9%
TOLIMA	\$ 52.170.717	\$ 50.360.502	-3,5%
CAQUETA	\$ 0	\$ 0	0,0%
REGION EJE CAFETERO	\$ 399.546.804	\$ 488.298.769	22,2%
ANTIOQUIA	\$ 235.374.894	\$ 300.478.912	27,7%
RISARALDA	\$ 75.218.866	\$ 91.742.164	22,0%
CALDAS	\$ 65.767.385	\$ 69.217.411	5,2%
QUINDIO	\$ 23.185.659	\$ 26.860.282	15,8%
REGION CENTRO	\$ 437.456.145	\$ 488.669.530	11,7%
BOYACA	\$ 224.651.735	\$ 243.477.792	8,4%
CUNDINAMARCA	\$ 212.804.410	\$ 245.191.738	15,2%
REGION NOR ORIENTE	\$ 264.299.898	\$ 186.620.239	-29,4%
SANTANDER	\$ 243.500.030	\$ 172.637.745	-29,1%
NORTE DE SANTANDER	\$ 20.799.868	\$ 13.982.494	-32,8%
CESAR	\$ 0	\$ 0	0,0%
OTROS RECAUDOS	\$ 653.976.564	\$ 791.527.715	21,0%
ALMACENES DE CADENA	\$ 458.203.158	\$ 574.601.925	25,4%
EXPORTACIONES	\$ 188.287.617	\$ 212.046.242	12,6%
OTROS RECAUDOS	\$ 7.485.789	\$ 4.879.548	-34,8%
TOTAL RECAUDO REGIONALIZADO	\$ 2.245.981.876	\$ 2.548.123.407	13,5%

COMPARATIVO HISTÓRICO RECAUDO 2017 A 2025 CON CORTE A MAYO:

En la siguiente gráfica se presenta el histórico del comportamiento del recaudo en los últimos 8 años con corte a abril:



En el siguiente cuadro se presenta el porcentaje de participación por departamento del total del recaudo con corte al mes de abril, en donde podemos observar que el 82% está concentrado en los departamentos de Valle, Cundinamarca, Antioquia, Santander, Boyacá y Nariño.

A continuación, presentamos el comportamiento de rollos por departamento con corte a mayo del año 2025.

Es de anotar que los rollos de etiqueta que se entregan a los informales para evidenciar el pago de la cuota de fomento tienen un ponderado de kilos por no poder evidenciar, realmente cuántos kilos están comercializando.

Pueden utilizar la etiqueta para un bulto de panela o para una presentación de menos kilos.

Por lo anterior no es directamente proporcional el total de rollos a kilos de panela comercializada.

DELEGADO	DEPARTAMENTO	TOTAL ROLLOS CORTE MAYO 2025	VR UNIT.
Alejandra Palacio	QUINDIO RISARALDA	414	\$ 149.000,0000
Andrea Carolina Rodríguez	SANTANDER	643	\$ 99.000,0000
Angela Jurado Rosero	NARIÑO	1435	\$ 149.000,0000
Cristina Bolaños	CAUCA	513	\$ 149.000,0000
Cristina Roldán	VALLE	2366	\$ 149.000,0000
Diana Patricia Carvajal	ANTIOQUIA	2683	\$ 149.000,0000
Gerardo Guzmán	TOLIMA	622	\$ 149.000,0000
Gina Alejandra Cristancho	BOYACA	4275	\$ 99.000,0000
Huberto Ruíz	SANTANDER	1089	\$ 99.000,0000
Linda Lucía Rojas Gómez	HUILA	841	\$ 186.000,0000
Carlos Morales	CALDAS	521	\$ 149.000,0000
Rodolfo Velasco	CUNDINAMARCA	2406	\$ 99.000,0000
Sandra Milena Martínez	VILLETA	734	\$ 99.000,0000

Totales		18542	
----------------	--	--------------	--

ACCIONES DEL FONDO PARA MINIMIZAR LOS FACTORES QUE AFECTAN LOS INGRESOS POR RECAUDO

1. Seguimiento a delegados par su gestión con productores y/o comerciantes que han dejado de pagar la cuota de fomento. (Se trabajará en coordinación con la auditoría interna)
2. Solicitudes de apoyo a la policía para la realización de operativos de control en las zonas de tránsito de comercialización de la panela.
3. Gestión para el aumento de almacenes y establecimientos para retención de cuota. Tenemos una meta de 50 nuevos almacenes ya identificados para el segundo semestre de 2025.
4. Se continúan con los operativos de lectura de los códigos QR, sistema y plataforma controlada desde el Fondo de Fomento, en todo el territorio nacional.
5. Acercamiento y validación de productores de mieles y licores, notificación e inicio de recaudo de la cuota de fomento.
6. Acercamiento y coordinación con empresas exportadoras para la emisión del certificado de pago de cuota previa a exportación, como fuente de ingreso adicional por recaudo.
7. Establecer un sistema de evaluación y gestión de los delegados, para revisión del cumplimiento de indicadores de recaudo.

PROYECTO DE EXTENSIÓN AGROPECUARIA

FONDO DE FOMENTO PANELERO

SEGUNDO TRIMESTRE DE 2025

1. INTRODUCCIÓN

El Proyecto de Extensión Agropecuaria del Fondo de Fomento Panelero tiene por objetivo principal dar acompañamiento técnico y agroempresarial a los productores paneleros de las diferentes regiones del país, por medio de actividades que buscan generar capacidades y herramientas en aquellos productores que implementan dentro de sus prácticas la panela como medio de vida para sus familias y su entorno. Es así, como se ejecutan actividades que cumplan con ciertos estándares y que proporcionen herramientas a los beneficiarios para llegar a ser más competitivos en su labor productiva y comercial. La metodología, también busca dar acompañamiento técnico a las Agroempresas existentes, ya sean asociaciones de productores o sociedades mercantiles en camino hacia la formalidad. El Proyecto de Extensión Agropecuaria del Fondo de Fomento Panelero tiene presencia en 13 departamentos del país (Antioquia, Boyacá, Cauca, Caldas, Cundinamarca, Caquetá, Huila, Norte de Santander, Nariño, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca), entre los cuales se proyecta atender a alrededor de 2000 productores a nivel nacional. También se ejecutan algunas acciones de manera coordinada con entidades como Gobernaciones, Secretarías de

Agricultura, Alcaldías, Concejos municipales, Finagro, Banco Agrario, AGROSAVIA, Policía Nacional, SENA, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, INVIMA, Min Ambiente, entre otros.

El enfoque tiene unas metas establecidas y plasmadas en un Plan Operativo POA, así como indicadores de impacto que buscan reflejar las mejoras en las unidades productivas mediante el Proyecto de Extensión Agropecuaria. Por otro lado, se continúa 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.

2. OBJETIVO PRINCIPAL

Fortalecer los procesos productivos, agroempresariales y comerciales de los productores paneleros atendidos aplicando metodologías de extensión agropecuaria.

2.1. OBJETIVOS SECUNDARIOS

- Alcanzar cobertura del servicio de extensión agropecuaria a 2000 productores paneleros en 14 departamentos, garantizando la inclusión de jóvenes y mujeres en un 10% respectivamente y 5% de población étnica.
- Asistir en aspectos técnicos al 100% de los encadenamientos priorizados por el área comercial.
- Contribuir a la disminución de los costos de producción de panela en las unidades productivas atendidas.
- Asistir técnicamente a 5 procesos de certificación y/o recertificación orgánica.
- Articular acciones con el gobierno nacional para difundir y facilitar el acceso a elementos de política pública.

3. INDICADORES DE GESTIÓN 2025

CONCEPTO	INDICADOR	RESULTADO II TRIMESTRE
1	Caracterizaciones y georreferenciaciones de unidades productivas#	de
	caracterizaciones realizadas	229
		226
2	Levantamiento de áreas - mapas (polígonos)#	de áreas levantadas o polígonos
	generados	231

- 3 Actualizar costos de producción a nivel departamental # de actualizaciones realizadas. 13
- 4 Acompañamiento a programas de certificación para producción de panelas especiales o diversificación de productos # de procesos de certificación atendidos y asesorados 15
- 5 Apoyo a productores en procesos de certificación de negocios verdes grupales y/o individuales. # de procesos de certificación atendidos y asesorados 3
- 6 Visitas para cumplimiento res. 779/2006 y 2674/2018# de visitas realizadas 52
- 7 Visitas de acompañamiento técnico a productores en los componentes agronómico, procesamiento, seguridad y salud en el trabajo , ambiental y comercial. # de visitas realizadas 428
- 8 Evaluación productiva - censo municipio panelero # de evaluaciones realizadas 3
- 9 Trapiches con mejora en extracción del molino # de procesos de certificación atendidos y asesorados 0
- 10 Trapiches con mejora de hornilla # de procesos de certificación atendidos y asesorados 1
- 11 Trapiches con mejora de infraestructura # de procesos de certificación atendidos y asesorados 1
- 12 Brigadas en programas de bienestar animal a ejemplares mulares como herramienta vital en el eslabón de transporte de caña # de brigadas realizadas 4
- 13 Escuela de campo, día de campo y/o gira técnica # de visitas realizadas 4
- 14 Monitoreos de plagas # de monitoreos realizados 194
- 15 Implementación modelo de manejo administrativo y operativo de trapiches # de trapiches con modelos implementados 1
- 16 Evaluación y seguimiento / plan de implementación aspectos tributarios (facturación electrónica) # de evaluaciones realizadas 2
- 17 Capacitaciones grupales en manejo agronómico del cultivo de la caña panelera, BPM, ley 40, negocios verdes, normatividad INVIMA, costos de producción, comercial y formalización. # de capacitaciones realizadas 17
- 18 Caracterización de centros de acopio paneleros u organizaciones paneleras(técnica, administrativa, comercial y sanitaria # de caracterizaciones realizadas 11
- 19 Visitas de acompañamiento a centros de acopio paneleros u organizaciones paneleras (técnica, administrativa, comercial y sanitaria) # de visitas realizadas 22
- 20 Seguimiento técnico sanitario y de calidad para los encadenamientos productivos. # de monitoreos realizados 1

- 21 Creación de textos sugeridos para implementación de programa de capacitaciones en plantas de producción de bebidas alcohólicas según el decreto 1686 de 2012 y el decreto 162 de 2021. # de textos sugeridos 0
- 22 Creación de textos sugeridos para implementación de programa de calidad de agua en plantas de producción de bebidas alcohólicas según el decreto 1686 de 2012 y el decreto 162 de 2021. # de textos sugeridos 1
- 23 Creación de textos sugeridos para implementación de programa de disposición de líquidos y sólidos en plantas de producción de bebidas alcohólicas según el decreto 1686 de 2012 y el decreto 162 de 2021. # de textos sugeridos 0
- 24 Creación de textos sugeridos para implementación de programa de control de plagas en plantas de producción de bebidas alcohólicas según el decreto 1686 de 2012 y el decreto 162 de 2021. # de textos sugeridos 0
- 25 Seguimiento a montajes de plantas licoreras # de seguimientos en plantas 1
- 26 Seguimiento y ajuste del tratamiento de vinazas como abono en cultivos. # de seguimientos en plantas 1
- 27 Acompañamiento en actividad de calidad de la panela en ferias culturales. # de participaciones o acompañamientos en ferias. 0
- 28 Capacitaciones en confitería con mieles y panela # de capacitaciones realizadas 0
- 29 Capacitaciones en producción de licores artesanales # de capacitaciones realizadas 0
- 30 Capacitaciones en producción de mieles de caña saborizadas # de capacitaciones realizadas 1
- 31 Cartilla de elaboración de panela granulada. # de cartillas realizadas 0
- 32 Creación de programa referente de producción de panela moldeada (cuatro capítulos) # de capítulos creados 1

4. COMPONENTES

La estrategia de atención a los productores incluye diversas actividades orientadas, en primer lugar, a que estos conozcan los programas del Fondo de Fomento Panelero, administrado por la Federación Nacional de Productores de Panela. Además, busca incentivar su participación en los distintos proyectos, promoviendo así un trabajo articulado entre el productor y Fedepanela.

Estas actividades se estructuran en torno a cinco componentes principales:

1. Levantamiento de información
2. Seguimiento y adopción
3. Componente de capacitaciones grupales
4. Componente organizacional
5. Calidad

Gráfico 1. Componentes del Proyecto de Extensión Agropecuaria FFP 2025.

1. **Levantamiento de la Información:** Tiene como objetivo la recopilación, organización y sistematización de datos técnicos, geográficos y productivos de los actores del sector panelero, con el fin de contar con una línea base que permita la planificación, implementación y seguimiento de estrategias de mejoramiento en diversos frentes. Este componente constituye una etapa fundamental para la estructuración de intervenciones diferenciadas y pertinentes, orientadas a mejorar la competitividad, sostenibilidad y formalización del sector panelero.

2. **Seguimiento y Adopción:** Este componente tiene como propósito dar continuidad a los procesos de implementación, verificación y mejora de las prácticas productivas, sanitarias y organizativas en las unidades paneleras, a través de visitas técnicas periódicas. Estas visitas permiten acompañar a los productores y actores del sector en la adopción efectiva de los lineamientos normativos y técnicos establecidos. Este componente es esencial para garantizar la sostenibilidad, continuidad y efectividad de las acciones desarrolladas, así como para fortalecer la adopción de buenas prácticas en toda la cadena de valor panelera.

3. **Componente de Capacitaciones Grupales:** Tiene como objetivo fortalecer las capacidades técnicas, administrativas y normativas de los productores y actores de la cadena panelera, a través de procesos de formación colectiva que promuevan la adopción de buenas prácticas, el cumplimiento normativo, la sostenibilidad y la mejora de la competitividad del sector. Este componente se fundamenta en el aprendizaje colectivo, el fortalecimiento de capacidades locales y la apropiación de buenas prácticas, como base para el desarrollo integral del sector panelero.

4. **Componente organizacional:** tiene como objetivo fortalecer las capacidades técnicas, administrativas, comerciales y sanitarias de los centros de acopio paneleros y organizaciones de productores de panela, reconociendo su papel estratégico en la consolidación de una cadena productiva más eficiente, articulada y sostenible. Este componente busca fortalecer el tejido organizativo del sector panelero, mejorar su capacidad de gestión y facilitar su integración efectiva en los mercados, contribuyendo así al desarrollo rural y la competitividad de la cadena productiva de la panela.

5. **Calidad:** tiene como propósito garantizar y fortalecer las condiciones técnicas, sanitarias y de inocuidad en los procesos productivos de la cadena panelera y de bebidas derivadas de la caña, promoviendo el cumplimiento normativo y el desarrollo de productos con valor agregado. Este componente integra acciones de seguimiento, formación, desarrollo de herramientas técnicas y acompañamiento, tanto en producción como en eventos de promoción y comercialización.

5. INDICADORES Y RESULTADOS

5.1. Levantamiento de la Información

Actividad: Caracterizaciones y georreferenciaciones de unidades productivas

Meta II Trimestre: 229 caracterizaciones y 226 georreferenciaciones

Indicador: # de caracterizaciones realizadas: 229

de georreferenciaciones realizadas: 226

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.

Como parte de esta actividad, se realiza la georreferenciación 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.

Grafico 3. Caracterizaciones realizadas por departamento

Actividad: Levantamiento de áreas - mapas (polígonos)

Meta II Trimestre: 231 Levantamientos de áreas

Indicador: # de áreas levantadas o polígonos generados: 231

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 4. Polígonos generados por departamento

Actividad: Actualizar costos de producción a nivel departamental

Meta II Trimestre: 13 Actualizaciones de costos

Indicador: # de actualizaciones realizadas.: 13

La actualización de los costos de producción a nivel departamental permitió generar indicadores clave de rentabilidad y eficiencia económica en la cadena productiva de la panela. Este ejercicio facilitó la identificación de los puntos críticos que afectan la sostenibilidad del sistema productivo.

Contar con esta información actualizada es fundamental para la toma de decisiones en aspectos relacionados con la inversión y la planificación productiva.

En promedio en el país el costo para producir un kilogramo de panela en bloque convencional es de \$3.432.

5.2. Seguimiento y Adopción

Actividad: Acompañamiento a programas de certificación para producción de panelas especiales o diversificación de productos

Meta II Trimestre: 15 procesos de certificación atendidos y asesorados

Indicador: # de procesos de certificación atendidos y asesorados: 15

Se realizó la evaluación de las condiciones sanitarias, de infraestructura y de manejo al interior de los trapiches, en el marco del cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). Con base en el diagnóstico obtenido, se formuló un plan de trabajo individual para cada unidad, orientado al cierre de brechas frente a los requisitos establecidos por la normativa vigente.

De igual manera, en lo relacionado con las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), 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 construyó 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.

En consecuencia, se adoptaron las acciones necesarias para dar cumplimiento a los requisitos contemplados en las normativas de BPA y BPM, contribuyendo al fortalecimiento técnico y normativo del sector.

Adicionalmente, y en concordancia con lo dispuesto en la Resolución 030021, mediante la cual se establecen medidas para la prevención, erradicación y manejo de enfermedades, plagas, malezas u otros organismos perjudiciales que afectan las plantas y sus productos, se actuó de manera efectiva en la protección fitosanitaria, así como en la conservación y uso sostenible de los recursos naturales presentes en las zonas de intervención.

En este contexto, se ofreció acompañamiento técnico a los productores interesados en obtener la certificación en BPA y BPM. Para ello, se ejecutaron acciones orientadas al cumplimiento de los requisitos establecidos en la Resolución 020009 de 2016 del ICA y la Resolución 2674 de 2013. Estas normativas abordan aspectos como:

- Áreas e instalaciones,
- Equipos y utensilios,
- Componente ambiental,

- Manejo y protección de suelos,
- Material de propagación,
- Nutrición de las plantas,
- Protección de cultivos y trazabilidad,
- Desarrollo de planes de trabajo para la implementación del proceso,
- Requisitos generales de higiene,
- Manipulación, preparación, elaboración, empaque, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos destinados al consumo humano, entre otros.

Estas acciones son fundamentales para avanzar hacia la certificación en Buenas Prácticas Agrícolas y de Manufactura, garantizando así la calidad e inocuidad de la producción panelera.

CARACT / PLAN DE TRABAJO 779-2006 BPM			CARACTERIZACIÓN / PLAN DE		
TRABAJO BPA					
ANTIOQUIA	1	1			
BOYACA	1	0			
CAQUETA	0	1			
CUNDINAMARCA	2	1			
HUILA	1	0			
NARIÑO	1	0			
NTE SANTANDER	0	1			
SANTANDER	2	1			
TOLIMA	0	1			
VALLE DEL CAUCA	1	0			
TOTAL 9	6				

Actividad: Visitas para cumplimiento res. 779/2006 y 2674/2018

Meta II Trimestre: 52 de visitas realizadas

Indicador: # de visitas realizadas: 52

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.

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

Meta II Trimestre: 428 de visitas realizadas

Indicador: # de visitas realizadas: 428

El trabajo desarrollado durante el segundo trimestre del año, en el marco del programa de asistencia técnica del Fondo de Fomento Panelero, ha representado un importante apoyo para los productores y, en general, para 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, y evaluación de la madurez de la caña de azúcar.

Grafico 5. Visitas realizadas por departamento

Actividad: Evaluación productiva - censo municipio panelero

Meta II Trimestre: 3 evaluaciones realizadas

Indicador: # de evaluaciones realizadas: 3

Se realizaron tres evaluaciones productivas realizadas, dos en el municipio de Teorama Departamento del Norte de Santander en las unidades productivas Villa Nueva en la vereda Las Margaritas y San Vicente Perteneciente a la organización ASOAGROCOTE en la vereda Miracotes, y otra en el municipio de Convención Departamento del Norte de Santander en la unidad productiva El Tronadero en la vereda La Vega

Area Evaluada (Ha)	°Brix Jugos		Producción (Ton/Ha)		Kilos de Caña por Jornal		Extracción (%)	
	Caña	Panela	Rendimiento	Hornilla (Kg/hr)	% Factor de Conversion	(Caña/Panela)		
1	60	6	1100	54	20	140	10	
1	60	6	1100	56	20	150	10	
1	60	6.3	1100	59	20	120	10.5	

Esta herramienta logra obtener de manera detallada y real los rendimientos en la actualidad de las diferentes unidades productivas paneleras, lo que se convierte en un insumo importante para adelantar un acompañamiento técnico de calidad en cada visita que realice.

Actividad: Trapiches con mejora en extracción del molino

Meta II Trimestre: 0 de procesos de certificación atendidos y asesorados

Indicador: # de procesos de certificación atendidos y asesorados: 0

Actividad: Trapiches con mejora de hornilla

Meta II Trimestre: 1 proceso de certificación atendidos y asesorados

Indicador: # de procesos de certificación atendidos y asesorados: 1

En el departamento del Tolima se brindó asesoría a un productor para el mejoramiento de hornillas, con el objetivo de aumentar sus ingresos mediante la reducción de costos de producción, optimizar el manejo de la energía, mejorar la eficiencia en la producción y el consumo de combustible, y, en consecuencia, fortalecer su competitividad. Esta actividad permite incrementar el rendimiento y la eficiencia de la hornilla, pasando de 70kl/hr de capacidad productiva a 100 kl/hr y de 35% a 40% de eficiencia.

Actividad: Trapiches con mejora de infraestructura

Meta II Trimestre: 1 proceso de certificación atendidos y asesorados

Indicador: # de procesos de certificación atendidos y asesorados: 1

En el departamento del Tolima se brindó asesoría a un productor para el mejoramiento de la infraestructura, lo que permite generar mayores ingresos a través del valor agregado del producto, optimizar el manejo de residuos, incrementar la eficiencia en la producción, y mejorar el ambiente laboral, contribuyendo así al fortalecimiento de su competitividad.

.

Actividad: Monitoreos de plagas

Meta II Trimestre: 194 monitoreos realizados

Indicador: # de monitoreos realizados: 194

Se realizaron 194 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*), Con los monitoreos se busca mitigar las pérdidas que puede ocasionar el daño provocado por estas plagas. En este sentido donde se encuentran porcentajes de Intensidad e Infestación por encima del 4% se hace la respectiva recomendación de hacer liberaciones de control biológico de las especies *Trichogramma*, *Cotesia* y *Billea*; En el departamento de Boyacá, esta estrategia permitió la liberación de parasitoides en 92 hectáreas, lo que facilitó la adopción de prácticas de manejo eficientes y amigables con el medio ambiente.

En el caso del salivazo, también se implementaron trampas de color amarillo para la captura de adultos. Gracias a estas medidas, es posible reducir las pérdidas productivas causadas por las plagas, lo que a su vez contribuye a un aumento en las ganancias del productor. Por cada punto porcentual por encima del umbral de acción de *Diatraea* spp se pierde 105 kg de

panela/ha y la calidad de la panela se ve afectada especialmente el parámetro de sólidos sedimentables con requerimiento de mayor cantidad de cal en la clarificación y limpieza de los jugos

Gráfico 6. Número de monitoreos de plagas por departamento

Actividad: Apoyo a productores en procesos de certificación de negocios verdes grupales y/o individuales.

Meta II Trimestre: 3 procesos de certificación atendidos y asesorados

Indicador: # de procesos de certificación atendidos y asesorados: 3

En el marco del proceso de Certificación Orgánica, se brindó acompañamiento a los productores y/o asociaciones a través de visitas de auditoría interna. Estas tuvieron como objetivo evaluar aspectos generales como el cultivo, el procesamiento y el almacenamiento, así como verificar el cumplimiento de los parámetros fundamentales para una adecuada implementación del proceso de certificación.

CARACTERIZACIÓN /PLAN DE TRABAJO ORGÁNICO

Risaralda 3

TOTAL 3

Esta labor se realizó con el propósito de asegurar el cumplimiento de la normatividad vigente y, al mismo tiempo, identificar previamente acciones correctivas y de mejora antes de la auditoría externa.

Actividad: Implementación modelo de manejo administrativo y operativo de trapiches.

Meta II Trimestre: 1 trapiche con modelos implementados

Indicador: # de trapiches con modelos implementados: 1

En el departamento del Huila, se implementó el modelo de manejo administrativo y operativo, con el propósito de levantar y gestionar información detallada sobre los costos operativos de cada asociación. El objetivo principal fue identificar los gastos e ingresos asociados a la producción de panela, permitiendo así una trazabilidad precisa de las utilidades netas. Como resultado del análisis, se determinó que el costo del proceso para obtener un kilogramo de panela es de \$3.210.

Adicionalmente, los porcentajes de cumplimiento en los cuatro pilares evaluados fueron los siguientes:

Actividad: Evaluación y seguimiento / plan de implementación aspectos tributarios (facturación electrónica).

Meta II Trimestre: 2 evaluaciones realizadas

Indicador: # de evaluaciones realizadas: 2

Se llevaron a cabo dos evaluaciones del plan de implementación en aspectos tributarios en el departamento del Huila. Una de ellas se aplicó a la Asociación de Productores Orgánicos del Macizo Colombiano – ASOPROOMAC

5.3. Componente de Capacitaciones Grupales

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

Meta II Trimestre: 4 brigadas realizadas

Indicador: # de brigadas realizadas: 4

Se llevaron a cabo capacitaciones en programas de bienestar animal dirigidos a ejemplares mulares, los cuales cumplen un papel fundamental en las labores agrícolas, especialmente

en el transporte de caña. Estas jornadas de formación promovieron 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.

Estas capacitaciones se realizaron en Caldas, Cundinamarca y Norte de Santander.

Actividad: Escuela de campo, día de campo y/o gira técnica

Meta II Trimestre: 4 visitas realizadas

Indicador: # de visitas realizadas: 4

Se realizaron cuatro Escuelas de Campo, una en cada uno de los siguientes departamentos: Antioquia, Huila, Norte de Santander y Valle del Cauca.

Durante estas jornadas teórico-prácticas se abordaron temas relacionados con el manejo agronómico, negocios verdes, normatividad, y aspectos regulatorios del INVIMA. Asimismo, se llevaron a cabo monitoreos de *Diatraea ssp.*, con el objetivo de sensibilizar a los productores sobre la importancia económica de esta plaga en la agroindustria panelera.

Actividad: Capacitaciones grupales en manejo agronómico del cultivo de la caña panelera, BPM, ley 40, negocios verdes, normatividad INVIMA, costos de producción, comercial y formalización.

Meta II Trimestre: 17 capacitaciones realizadas

Indicador: # de capacitaciones realizadas: 17

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 agroinsumos 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.

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 Extension 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.

5.4. Componente organizacional

Actividad: Caracterización de centros de acopio paneleros u organizaciones panelera(técnica, administrativa, comercial y sanitaria)

Meta II Trimestre: 11 caracterizaciones realizadas

Indicador: # de caracterizaciones realizadas: 11

Actividad: Visitas de acompañamiento a centros de acopio paneleros u organizaciones panelera (técnica, administrativa, comercial y sanitaria)

Meta II Trimestre: 22 visitas realizadas

Indicador: # de visitas realizadas: 22

Se realizó la caracterización y visitas de seguimiento a los centros de acopio ubicados en los departamentos de Antioquia, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Caquetá, Huila, Nariño, Norte de Santander, Risaralda, Santander y Valle del Cauca. 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 permitió 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.

Adicionalmente, durante estas visitas se brindó asesoría a las organizaciones paneleras o centros de acopio en temas clave como: responsabilidades contables y financieras; costos de comercialización; cumplimiento de políticas empresariales; atención y gestión al cliente; mecanismos de financiación; capacitación del personal operativo; manejo de inventarios y análisis del entorno agropecuario.

5.5. Calidad

Actividad: Seguimiento técnico sanitario y de calidad para los encadenamientos productivos.

Meta II Trimestre: 1 monitoreo realizados

Indicador: # de monitoreos realizados: 1

Se desarrollaron seguimientos a productores de Isnos huila, los cuales son:

Se asesora a los proceso de calidad y técnico sanitario al trapiches del señor David Salas empresa Las Isabeles. Se explicó al productor qué variables debe cuidar durante su proceso y cómo puede medirlas. Se indicó que una de las variables críticas, la limpieza de los jugos, presentaba dificultades debido al diseño de la hornilla, lo que les genera problemas en el control del proceso y, por lo acelerado del mismo, impide realizar las limpiezas de forma adecuada. También se revisó la pureza de las cañas y se explicó la importancia de mantener un buen manejo agronómico, así como posibles mejoras en el proceso de pulverización.

Por otra parte, se indicó la necesidad de ajustar algunas partes de la infraestructura para poder subsanar los requerimientos solicitados por el INVIMA en la primera visita de IVC.

Se conocieron las instalaciones nuevas de la empresa Sandi Panela, una empresa familiar liderada por el productor Luis Carlos Becerra. Durante la visita se explicaron algunas variables de calidad importantes para el proceso productivo, destacando entre ellas la limpieza y clarificación de los jugos.

Al momento de realizar la limpieza, se evidenció una falencia en el proceso: la evaporación estaba siendo muy lenta, lo que dificultaba realizar un corte adecuado de impurezas y la floculación de las mismas. Esto impedía extraerlas fácilmente, por lo que, al tener que evacuar las falcas, enviaban los jugos sin limpiar, lo que generaba panelas más oscuras y con mayor tendencia a la oxidación.

Se recomendó revisar el proceso y/o ajustar la transferencia de calor generada por la hornilla. Para ello, se realizó el contacto con el experto Hugo Reinel García, con el fin de que pueda apoyar en la revisión y ajuste del diseño de la hornilla.

A su vez, se aclararon dudas e inquietudes acerca de los procesos de pulverización y se verificó si sus cañas presentaban la facilidad para realizar dicho proceso de manera adecuada.

Por otra parte, se revisó su proceso de empaque de la panela y se aclararon dudas respecto a sus condiciones sanitarias. Además, se resaltó la gran labor que han venido desarrollando, ya que se evidenció una estructura limpia y ordenada, lo que permite demostrar a otros productores que los procesos de la panela sí pueden ser procesos limpios y garantes de la inocuidad del producto.

Se visitó el trapiche del productor Julio Realpe, representante de la marca Panela Don Julio. Durante la visita se revisaron los procesos de clarificación y se aclararon dudas planteadas por sus hijos, quienes también participan activamente en el proceso de producción de la panela.

Se explicaron importantes variables a tener en cuenta y se brindaron recomendaciones para ajustar el trapiche, de manera que puedan cumplir con los requerimientos establecidos en la resolución vigente.

Asimismo, se revisó el rotulado del producto y se resolvieron otras inquietudes relacionadas con el proceso productivo de mieles invertidas o mieles estabilizadas.

Actividad: Creación de textos sugeridos para implementación de programa de calidad de agua en plantas de producción de bebidas alcohólicas según el decreto 1686 de 2012 y el decreto 162 de 2021.

Meta II Trimestre: 1 texto

Indicador: # de textos sugeridos: 1

Debido a que algunos productores han decidido incursionar en la producción de bebidas alcohólicas bajo la Ley 2005 de 2019, se han visto en la necesidad de implementar los requisitos establecidos por el Decreto 1686 de 2012. Uno de estos requisitos es contar con el programa de calidad de agua. Programa que es de vital importancia, debido a que en el proceso de producción e hidratación de bebidas, es de obligación cumplir con el consumo de agua potabilizada para minimizar riesgos tanto en la fermentación como en la contaminación del alcohol.

Actividad: Creación de textos sugeridos para implementación de programa de disposición de líquidos y sólidos en plantas de producción de bebidas alcohólicas según el decreto 1686 de 2012 y el decreto 162 de 2021.

Meta II Trimestre: 0 textos

Indicador: # de textos sugeridos: 0

Actividad: Creación de textos sugeridos para implementación de programa de control de plagas en plantas de producción de bebidas alcohólicas según el decreto 1686 de 2012 y el decreto 162 de 2021.

Meta II Trimestre: 0 textos

Indicador: # de textos sugeridos: 0

Actividad: Seguimiento a montajes de plantas licoreras

Meta II Trimestre: 1 seguimientos en plantas

Indicador: # de seguimientos en plantas : 1

En cumplimiento del compromiso asumido para generar proceso de desarrollo de la agroindustria panelera, hemos venido apoyando a la asociación Seynekun, asociación de la comunidad Arhuca de la sierra Nevada de Santa Marta. Se ha venido acompañando desde el año anterior en el montaje de la planta de destilación y actualmente en la hidratación de un ron joven con 8 meses de añejamiento, la compra de barriles para continuar el proceso de añejamiento, la selección de las botellas, corchos y etiquetas para presentar el producto.

Se hacen correcciones a los diseños de las etiquetas para botella de 750 ml de tal forma que cumplan con lo establecido en la reglamentación.

Recomendación de empresas y posibles proveedoras de insumos para las bebidas alcohólicas producidas por Seynekum .

Revisión de rotulado.

Como parte de un proyecto nuevo que se viene acompañando en el municipio de Villeta, se está desarrollando la construcción de una planta de bebidas alcohólicas. En este proceso se ha brindado asesoría en el diseño de la planta para su construcción, así como en la selección del tipo de maquinaria e insumos que serán requeridos.

Se han explicado los requisitos tanto sanitarios como tributarios que deberá cumplir la planta, y se ha avanzado en algunos de los trámites necesarios para solicitar los permisos de comercialización de las bebidas.

Actividad: Seguimiento y ajuste del tratamiento de vinazas como abono en cultivos.

Meta II Trimestre: 1 seguimientos en plantas

Indicador: # de seguimientos en plantas : 1

Una de las problemáticas que han enfrentado las plantas de licores en el cumplimiento de los requisitos de manejo ambiental ha sido la adecuada disposición de los residuos de vinazas generados durante el proceso de fermentación.

Como alternativa, se ha explorado el uso de nanotecnología, que consiste en la aplicación de microorganismos y material orgánico para la formación de bioabonos o abonos orgánicos. Este proceso ha sido implementado y seguido en la planta de Doña Panela y se espera trabajar en su aplicación en la nueva planta de licores del municipio de Villeta.

Se han realizado seguimientos a esta alternativa, evaluando su funcionamiento, el uso que se le ha dado y los costos que representaría su implementación para las plantas.

Actividad: Acompañamiento en actividad de calidad de la panela en ferias culturales.

Meta II Trimestre: 0 participaciones o acompañamientos en ferias

Indicador: # de participaciones o acompañamientos en ferias: 0

Actividad: Capacitaciones en confitería con mieles y panela

Meta II Trimestre: 0 capacitaciones

Indicador: # de capacitaciones realizadas: 0

Actividad: Capacitaciones en producción de licores artesanales

Meta II Trimestre: 0 capacitaciones

Indicador: # de capacitaciones realizadas: 0

Actividad: Capacitaciones en producción de mieles de caña saborizadas.

Meta II Trimestre: 1 capacitación

Indicador: # de capacitaciones realizadas: 1

Se llevó a cabo una capacitación para mieles invertidas En cumplimiento del compromiso asumido para apoyar el desarrollo de la agroindustria panelera y la producción de licores artesanales, en el marco de la implementación de la Ley 2005 de 2019, se realizó un desplazamiento a Supía, Caldas, los días 13 al 15 de abril.

Durante la visita se desarrolló un taller de elaboración de dulcería con panela, en el que se trabajó la producción de panelas saborizadas (con sabores idénticos al natural), panelas con leche (como base para teteros) y bases para la elaboración de cremas de licor. En el área de dulcería se realizaron prácticas con melcochas, turrone de leche, aglomerados de panela, panela hilada y semillas recubiertas. Adicionalmente, se produjeron mieles invertidas y saborizadas con extractos naturales, destinadas a la fabricación de productos de confitería.

También se brindó acompañamiento en el desarrollo de proyectos sobre producción de licores artesanales, se evaluó el proyecto de planta de dulcería, se recomendaron las máquinas necesarias, y se revisaron procesos relacionados con la maceración y la posibilidad de rectificación del alcohol adquirido.

Finalmente, se entregaron documentos técnicos de apoyo y se compartió información sobre proveedores de equipos e insumos para el inicio de los proyectos.

Actividad: Cartilla de elaboración de panela granulada.

Meta II Trimestre: 0 cartillas.

Indicador: # de cartillas realizadas : 0

Actividad: Creación de programa referente de producción de panela moldeada (cuatro capítulos)

Meta II Trimestre: 1 capítulo

Indicador: # de capítulos creados : 1

En la creación del programa referente para la producción de panela en molde, se tratará de los tipos de floculantes que se pueden utilizar. Allí se abordará la importancia de saber escoger y utilizar los floculantes. Pues debido al bajo cultivo de los árboles que hoy en día se usan, los productores han recurrido a floculantes de origen químico, como lo son las poliacrilamidas.

Desarrollo de Producto y Valor Agregado

Dentro de las actividades asociadas con calidad, desarrollo de producto y valor agregado, así como de gestión gremial referente a estos ámbitos, se ha podido realizar en este último trimestre las siguientes acciones:

Calidad – Gestión Gremial:

- **Reunión Mesa Sectorial de la panela**
- **Capacitación de sensibilización de la normatividad para la producción y comercialización de panela por productores de Mariquita - Tolima.**
- **Reunión proyección plan piloto en La Peña Cundinamarca**
- **Revisión informe trimestral Fedepanela**
- **Solicitud de asistencia técnica por parte del INVIMA para empacadoras de la Hoya Del Rio Suarez.**
- **Preparación seminario sobre línea de subproductos con panela.**
- **Visita universidad nacional, evaluación líneas de proyectos para el sector:**
- **Revisión proyecto decreto de BPM en licores artesanales.**
- **Reunión preparación presentación universidad nacional**
- **Reunión con investigadores de la Universidad nacional para el desarrollo o investigación de problemáticas del subsector.**
- **Participación en el Seminario del Sector panelero para Estudiantes de la Universidad de Cundinamarca.**
- **Reunión con directora de cadenas ,ministerio de agricultura para presentar propuesta de reforma, decreto reglamentario licores artesanales**
- **Asistencia reunión cámara de licores**
- **Preparación asistencia a Expo licores y feria Agro expo**

Gestión de proyectos calidad y desarrollo (valor agregado)

- **Entrega balances de masa y documentos manejo ambiental a proyecto planta licores Villeta**
- **Asesoría proyecto Villeta, equipos, planos y licencia para planta licores ;procedimiento y cálculos.**
- **Asesoría montaje proyecto Quinchía por regalías ,planta de licores.**
- **Asesoría para montaje de planta pequeña en Cauca; entrega de balances.**
- **Reunión de aclaración de inquietudes acerca del Sello – FEDEPANELA**
- **Asesoría proyecto para montaje planta dulcería en Caldas.**

- Seguimiento proyecto planta licores Quinchía Risaralda.
- Seguimiento proyecto planta de licores La Peña Cundinamarca
- Revisión de documento borrador para norma de requisitos sanitarios de las plantas de licores artesanales.
- Reunión empresa Biotecnología para presentación propuesta para tratamiento vinazas.
- Reunión seguimiento proyecto pastillas de café-panela con creative visión.
- Revisión avance construcción equipos planta licores Villeta
- Cotización y diseño troquel para proyecto pastillas de creative studio
- Revisión proyecto de abonos con biomasa.
- Ajuste de líneas de investigación a proponer a universidad nacional.
- Seguimiento a proyecto de licores en Yarumal Antioquia.
- Reunión prospectiva proyectos universidad nacional
- Asesoría proyecto para montaje planta dulcería en Caldas.
- Reunión con empresa Amca para evaluación avances en desarrollo de proyecto licores
- Justificación técnica e estado de arte para proyecto norma de BPM para plantas de bebidas alcohólicas

6. ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS E IMPACTOS POSITIVOS EN EL TERRITORIO EN EL II TRIMESTRE

Actividad realizada	Indicador	Resultado	Impactos	Logro esperado
	Económico	Ambiental	Productivo	Social
Tramite de 2 Notificaciones sanitarias INVIMA			2 organizaciones	paneleras con
Notificación sanitaria INVIMA en el departamento de Antioquia			2	organizaciones
paneleras con mejores posibilidades comerciales			Organizaciones	paneleras con
oportunidad de un precio diferencial de panela			Productores consientes del buen manejo	
ambiental en su unidad productiva			Producto con garantía de calidad hacia el consumidor	
Organizaciones fortalecidas con mejores oportunidades en programas instituciones y mercados especializados.				

Mejores condiciones comerciales para 2 organizaciones paneleras

Organización panelera inicia proceso de producción de panela tipo piloncillo 6 toneladas de panela piloncillo para el mercado departamental de Antioquia
Innovación en la diversificación en la producción de 1 trapiche panelero Mejores condiciones comerciales pasando de vender panela solida redonda a panela piloncillo con un diferencial de precio de venta de \$400/kilo adopción de buenas prácticas ambientales en el trapiche, sin uso de leña ni llanta como combustible. Producción 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. Mejores condiciones comerciales y posicionamiento del producto entre los consumidores

Establecimiento de parcelas demostrativas con nuevas variedades de caña buscando incrementar rendimientos por unidad de área en el Departamento de Antioquia 4 parcelas demostrativas con variedades de caña promisorias, buscando aumentar rendimientos de 50 a 65 ton-caña/ha/año 4 unidades productivas buscando mejorar rendimientos mediante inclusión de nuevas variedades y mejoramiento de prácticas culturales. 4 unidades productivas con proyección de incrementar el volumen de producción de panela pasando de 5 a 6,5 toneladas/ha/año Mejoramiento de practicas agrícolas amigables con el medio ambiente, con énfasis en la disminución de aplicación de herbicidas

Mayor rendimiento de caña por unidad de área y planes de fertilización adecuados. Productores motivados con el mejoramiento de sus procesos y la posibilidad de mejores mercados Incremento en los volúmenes de producción de caña y en la calidad de panela para 4 unidades productivas

Apoyo en reclamación daños incendio cultivo de caña de azúcar. ante la Empresa de Energía de Boyacá S.A. E.S.P bajo radicado ETN-TUN-0037395-2024. Reclamación por un valor de \$161'640.000 Se logro la indemnización al productor en el mes de junio por un valor de \$85'210.000, El valor del avalúo de la pérdida económica fue presentado a la empresa de energía por una totalidad de \$161'640.000 Con esta reclamación se logró que la Empresa de Energía de Boyacá S.A. E.S.P le diera altura a la red de energía de la vereda, permitiendo no volver a ocasionar daños ambientales por incendio. Se pueda mejorar el cultivo pues el productor no tiene los recursos económicos para mejorar las socas quemadas. Ingreso de la retribución al productor por los daños ocasionados en dinero Se logro la indemnización al productor en el mes de junio por un valor de \$85'210.000

Atención a mujeres y jóvenes rurales paneleros 199 mujeres rurales y 66 jóvenes rurales paneleros Las mujeres y jóvenes fortalecen su vínculo asociativo y mejoran sus habilidades socioprodutivas Mayor empoderamiento económico de las mujeres y jóvenes, como mínimo con ideas de emprendimiento NA N/A Mujeres y jóvenes paneleros capacitadas en temas de herramientas y habilidades socioemocionalesMayores oportunidades para las mujeres y jóvenes capacitadas

Atención a población panelera afro e indígenas 37 afro y 5 indígenas 1 grupo de productores afros e indígenas que mejora su producción y calidad de la panela Mayores ingresos Disminución en el uso de herbicidas y fertilizantes químicos gracias a la adopción de buenas prácticas Mayor productividad de la actividad panelera Inclusión de la población indígena en el programa de AT Aumento de la inclusión de población afro e indígenas

Apoyo y acompañamiento a asociaciones de paneleros en el Departamento del Huila en la recolección, diligenciamiento de documentación de beneficiarios y estructuración del documento para el proyecto de maquinaria para el sector. 9 grupos asociativos
Compromiso y voluntad por parte de la gobernación para dar prioridad al proyecto
Mejores ingresos económicos y un precio justo para los productores Garantizar
unas mejores condiciones en el manejo ambiental de los trapiches Que las utilidades de esta
actividad productiva mejoren sus condiciones y rendimiento en sus cultivos Beneficia
946 familias paneleras que hacen parte de este proceso

Mejor calidad de vida, y oportunidad de estudio a sus hijos

Estructuración, propuesta en coordinación con la O.N.F Andina, para un proyecto referente a la Reconversión productiva de la siembra y manejo de cultivo. Reconversión tecnológica de trapiches. Aprovechamiento de subproductos. 3 municipios del departamento del Huila
Obtener la aprobación y viabilidad del proyecto Mejores ingresos económicos y
un precio justo para los productores Dar un buen uso evitando la quema de llantas y madera,
mediante la tala de bosque y demás Mejorar las condiciones de productividad en cultivo y
calidad del producto Garantiza la vinculación de familias paneleras en esta actividad
Mejorar las condiciones de calidad de vida

Apoyo y acompañamiento sustentación el proyecto de acuerdo de consejo Nro. 012 del 2025.
Turnos de molienda municipio de Isnos. Dos sectores productivos, con 38 veredas
Ordenamiento de la producción, en el municipio Mejores ingresos económicos y
un precio justo para los productores Brindar unas mejores condiciones de salubridad a este
producto Que las utilidades de esta actividad productiva mejoren sus condiciones y
rendimiento en sus cultivos Garantiza la vinculación de familias paneleras en esta actividad
Lograr que los jóvenes visualicen su unidad productiva como una empresa en la cual
pueden desarrollar proyectos de vida

Capacitación a productores y Estudiantes Universitarios en manejo de cultivo de caña
panelera y elaboración de panela en trapiche, determinación de factores de calidad e

importancia del buen envase y embalaje de panela 2 giras Sensibilización para la
producción de

panela una gira con productores del norte de Nariño y una con estudiantes universitarios de
la costa pacífica- UDENAR Tumaco Recaltar en la importancia del sector
productivo en la región y en la importancia de producción con calidad y honestidad Dar
a conocer la

importancia social del sector en el departamento por la ocupación de

mano de obra rural y generar

desarrollo del

sector rural, con sostenibilidad Incremento en buenas

prácticas, uso de sustancias permitidas, al igual que rotulado adecuado.

Entrega de 14 techos en el Departamento de Risaralda 14 unidades productivas
beneficiadas Trapiches mejorados Cumplimiento con la resolución 779 del 2006 No aplica
Continuidad en la producción, mayor inocuidad del alimento Unidades
productivas mejoradas Cumplir con la resolución 779 del 2006

Entrega de Hornilla Tipo Cimpa en el Departamento de Risaralda 1 hornilla entregada 120
kg por hora de panela Mejora de la calidad, Menor consumo de leña Aumento del 40%
en producción de panela 20 familias beneficiadas Producir a menor costo y de
manera sostenible

7. ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS Y ACCIONES DESTACADAS

Para el II trimestre, se resaltan algunas logros y acciones importantes y que fueron de gran impacto para los diferentes departamentos en los que se desarrolla el proyecto de Extensión Agropecuaria el FFP, entre las cuales se destacan:

- Apoyo en Antioquia al programa La Turbina de Crédito Agropecuario, liderado por la Gobernación de Antioquia y el Banco Agrario.
- Inclusión de la panela, producto representativo de la región, en el Programa de Alimentación Escolar (PAE-Boyacá) “Alimento en Grande”, utilizándola como endulzante en los complementos alimenticios de la jornada de la mañana y en los sorbetes ofrecidos durante el almuerzo
- Aprobación por parte de la secretaria de agricultura del Departamento de Boyacá del proyecto denominado “Fortalecimiento de la producción y comercialización de panela, mediante la adecuación de infraestructura, menaje y adquisición de molinos para la asociación de cañicultores de San Pablo de Borbur-ASOCABOR a la convocatoria del Fondo Finca.,
- Consolidación documental del comité departamental de la Agrocadena de la panela del Cauca por parte de la secretaria de agricultura y desarrollo rural del Cauca con el apoyo de Fedepanela y las asociaciones paneleras.
- Formalización y puesta en marcha del memorial de entendimiento entre ICA y FEDEPANELA en el departamento del Cauca y adhesión de la FUNDACION UNIVERSITARIA DE POPAYAN-FUP

- **Articulación interinstitucional entre Fedepanela y las corporaciones CORDESAL y ACODEA para la presentación de un proyecto panelero para 5 municipios del Norte del Cauca mediante el apoyo de la Cooperación internacional, el cual está en proceso de formulación.**
- **Articulación interinstitucional con ICA, AGROSAVIA y Corporación CRC para apoyo a los paneleros del departamento del Cauca.**
- **Inicio del Convenio con la CAR, programa agendas ambientales enfoque en economía circular en el Departamento de Cundinamarca.**
- **Inicio del Convenio con la alcaldía de Utica Cundinamarca para tener técnico de campo local con aporte del 50% del presupuesto por parte del municipio.**
- **Apoyo en gestión de convenio con la alcaldía de Nocaima Cundinamarca para contratar Gestión de convenio con la Alcaldía de Nocaima (Cundinamarca) para contratación de técnico de campo local.**
- **Acompañamiento a la ejecución del proyecto financiado por el SGR en Nariño (94% de avance), reiniciado el 2 de diciembre de 2024 y suspendido el 4 de febrero de 2025. Presentación de propuesta de ajuste por \$1.980.180.709,65, aprobada por la Secretaría de Agricultura y avalada por el Gobernador, pendiente de aprobación final por Planeación Departamental.**
- **Apoyo en la ejecución de intervención para tres asociaciones de Nariño con proyecto de CIAT, con el área socioempresarial y técnica para Nariño. Se apoyo en la consecución de semilla certificada y en el establecimiento de los semilleros, entrega de insumos para las tres asociaciones.**
- **Inclusión de la panela de la organización COOINCAPRO en el memorando de productos del ICBF en el Departamento de Norte de Santander**
- **Reducción en los costos de producción entre un 3% y 5% gracias a la eliminación de la intermediación en la cadena de insumos para la actividad panelera a través de la Cooperativa COOINCAPRO, en el caso del embalaje para panela se logra el reajuste del incremento del precio del cartón a precio del año pasado por la**
- **Acompañamiento con las asociaciones ASOAGROCOTE Y ASOCAPASAR en la ejecución de los proyectos que están siendo ejecutados en el marco de los PDET con recursos del FONDO COLOMBIA EN PAZ.**
- **Acercamiento a la institucionalidad como es el Programa de compras públicas, AGROSAVIA, Banco Agrario, secretaria de agricultura y desarrollo rural del departamento de Norte de Santander, Agencia de Renovación del Territorio, Agencia de Desarrollo Rural, Dirección de Sustitución de Cultivos de Uso Ilícito, UNODC, MINICADENAS, entre otros.**
- **Gestión con la Alcaldía de Cucutilla (Norte de Santander) para asignación de recursos destinados a asistencia técnica, construcción de cuartos de moldeo y mejoramiento de cultivos.**
- **Finalización del proyecto de la gobernación de Risaralda de techos para los trapiches donde se intervinieron 50 trapiches y se construyó una hornilla tipo Cimpa para Asopanela Santa Ana del municipio de Guática.**

- **Inicio de la ejecución de un proyecto por valor de \$98.000.000 para la inscripción de los trapiches ante el Invima en convenio de Fedepanela y Gobernación de Risaralda.**
- **Gestión con los actores del subsector y organizaciones de productores y agro empresas paneleras con el fin de lograr la estructuración de la cadena productiva de la panela en el Tolima y el Clúster panela Tolima.**
- **Avance de la segunda fase del proyecto de Regalías en el Departamento del Valle del Cauca con el apoyo de la Gobernación departamental.**

PROGRAMA SISTEMA DE INFORMACIÓN PANELERO (SIPA)

Para el segundo trimestre del año 2025 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 ha buscado fortalecer la visualización de la información de precios en la página web del SIPA en un trabajo conjunto con el SNUIRA de la UPRA, a través de la creación de tableros interactivos.

De otro lado, se proyectó el informe anual de los datos consolidados de las áreas, producción y rendimiento de 2024, y se inició con la diagramación de esta información en mapas nacionales y departamentales en PDF e interactivos. Así mismo, se comenzó con la recolección de las proyecciones de esta información para el año 2025 por departamentos.

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 Sistemas de Protección de Datos Personales del FFP siguiendo los planes anuales establecidos para ambos programas, y atendiendo los requerimientos internos que surgieron.

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL 2 TRIMESTRE 2025

El valor acumulado del año es del 47,39 %.

METAS Y LOGROS 2 TRIMESTRE 2025

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

En este trimestre se ha recibido la actualización de informes de áreas rendimiento y producción para el año 2025, de 3 departamentos a través de la asistencia técnica.

Adicionalmente se realizaron los últimos ajustes a los cálculos definitivos del año 2024, los cuales quedaron así: área sembrada total de 196.968 hectáreas, el área cosechada fue de 162.4375 hectáreas, un promedio de rendimiento de 5.60 toneladas de panela por hectárea y una producción total de 909.993 toneladas de panela, en 29 departamentos del país, cubriendo 562 municipios.

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

Semanalmente se ha realizado la recolección de precios para panelas corrientes y especiales en las plazas de mercado del país para el 2 trimestre del año 2025, por parte del personal de asistencia técnica, para posterior análisis y procesamiento del área de sistemas, con el fin de generar los boletines semanales correspondientes tanto para redes sociales e interesados, y posterior difusión en la página web del SIPA.

Durante este periodo se recolectaron precios de 12 semanas con un total de 989 registros de precios en 13 departamentos del país de los cuales se han emitido 12 boletines, obteniendo como resultado los siguientes datos:

PRECIOS PAGADOS AL PRODUCTOR POR KG DE PANELA – PANELAS CORRIENTES

Según los datos recopilados, el comportamiento semanal de los precios para panelas corrientes durante el mes de abril mostró una tendencia a la baja hasta alcanzar el precio más bajado reportado para todo el año de \$4.468, luego de lo cual el precio comenzó a aumentar con una pendiente considerable durante todo el mes de mayo hasta alcanzar el valor más alto reportado para lo corrido del año de \$5.056. Luego de esta variación, para en el transcurso del mes de junio se ha presentado una tendencia a la baja no tan pronunciada, pero sin que los precios bajen de \$4.900 pesos. 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 aritmético hasta la 3 semana de junio es de \$ 4.746. Los precios durante este periodo (enero a junio) han tendido una tendencia inestable que varía todas las semanas y se ha mantenido entre los \$4.500 pesos y los \$5.100 pesos. Durante el segundo trimestre los precios tuvieron un ascenso, respecto al descenso presentado durante el primer trimestre. En lo corrido del año, los precios más elevados se han presentado en diferentes departamentos, aunque mayormente en el departamento de Cundinamarca, así mismo, el menor precio se ha presentado más seguido en el departamento de Antioquia, quien ha ostentado este puesto durante el segundo trimestre de 2025, tal y como se observa en la Gráfica 1.

Gráfica 1. Precios semanales pagados al productor 2025 - 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 \$4.863 y finalizando la tercera semana de junio se registró un valor de \$5.050, esto representa un aumento de 187 pesos y el 3,84% en lo transcurrido del año, tal y como se presenta en la Gráfica 2.

Gráfica 2. 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		4 SEMANA MAYO	\$ 5.056 \$ 4.694
PRECIO MENOR		1 SEMANA ABRIL	\$ 4.468 \$ 4.620

Haciendo la comparación entre el segundo trimestre de 2024 y lo que va del segundo trimestre de 2025 se observa un aumento en el precio de \$ 1.552, lo cual significa una variación del 46,85%, tal como se observa en la Gráfica 3.

Gráfica 3. Comparativo Precios 2024 y 2025 – Segundo 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 tercera semana de junio de 2025, los precios de la panela especial en Colombia han mostrado una tendencia al alza al inicio del año, seguido de una tendencia a la baja hasta el registro del precio más bajo del año la 1 semana de abril correspondiente a \$4.744 pesos, luego de

lo cual el precio se recuperó hasta alcanzar su pico en la 3 semana de mayo con un valor de \$5.492 pesos, luego de lo cual ha seguido presentando una tendencia a la baja, menos marcada que la presentada a inicio de año.

En conjunto, pese a que todos los departamentos han registrado una variación del precio en lo transcurrido del año, el valor presentado para la 3 semana de junio es similar al presentado para la 1 semana de enero, a excepción del departamento del Huila, para el cual el precio de la panela especial ha aumentado en \$520 pesos en lo transcurrido del año. Los precios más elevados en lo transcurrido del año se han presentado en su mayoría en el departamento de Cundinamarca, alcanzando su valor máximo entre la segunda y tercera semana de mayo, así mismo, el menor precio se ha registrado en la mayor cantidad de semanas en el departamento de Nariño, registrando un valor de \$4.200 en varias semanas. Sus promedios anuales en lo transcurrido del año se calcularon en \$5.574 y \$4.447 respectivamente, tal y como se muestra en la Gráfica 4.

Gráfica 4. Precios Semanales al productor 2024 - Panelas Especiales.

PRECIOS PROMEDIOS PONDERADOS PAGADOS AL PRODUCTOR POR KG DE PANELA – PANELAS CORRIENTES

Teniendo en cuenta la finalización en la consolidación de información de áreas, producción y rendimiento para 2024, a continuación, se presentan los datos de precios ponderados para 2025 calculados con la producción consolidada de 2024.

De acuerdo con los valores ponderados presentados, el precio promedio presentado para la tercera semana de junio fue de \$4.777, así mismo, el precio promedio ponderado acumulado es de \$4.556 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.

Gráfica 5. Precios Ponderados mensuales pagados al Productor 2025 (Panelas Corrientes).

A continuación, en la Gráfica 6 se presenta el comparativo del precio promedio y el precio promedio ponderado mensual para los primeros seis meses de 2025, de acuerdo a lo registrado hasta la tercera semana de junio, denotando que el valor ponderado promedio se encuentra 4.20% por debajo del promedio mensual calculado a partir de la información real tomada en sitio.

Gráfica 6. Comparativo Precios Promedios Mensuales Al Productor 2025 (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 2025, los precios se han ubicado por encima del precio promedio registrado para el año 2024, en un porcentaje de 28,49% mayor, tal y cómo se observa en la Gráfica 7.

Gráfica 7. Precios Promedios Nacionales Históricos pagados al Productor por Kg (Panelas Corrientes) entre 1998 y 2025.

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 tercera semana de junio. Del promedio anual calculado se calcula una diferencia aproximada del 12.07 % entre ambos valores (Gráfica 8).

Grafica 8. 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, se presenta a continuación mediante 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. A continuación, en la Gráfica 9 se muestran los precios promedios mensuales desde la 1 semana de enero hasta la 3 semana de junio para panelas corrientes.

Grafica 9. Precios Mensuales por Kg de panela en Grandes Superficies (Panelas Corrientes)

COMPARACIÓN PRECIOS PAGADOS AL PRODUCTOR, PRECIOS MAYORISTAS Y PRECIOS GRANDES SUPERFICIES – PANELAS CORRIENTES

A continuación, en la Gráfica 10, 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 grandes superficies y supermercados de bajo costo. De acuerdo con la información presentada, se evidencia una diferencia entre el precio registrado de grandes superficies y el precio pagado al productor de 41,82%, para el promedio anual calculado para 2025.

Gráfica 10. Comparativo Precios Mensuales pagados al productor, en plazas mayoristas y grandes superficies (panelas corrientes).

Adicionalmente en el tema de precios se viene trabajando de manera conjunta con la UPRA para la publicación la base de datos de precios en el sistema de datos abiertos del país y en la elaboración de un tablero de precios que será puesto a disposición del público a través de la página web del SIPA (www.sipa.org.co) en donde se podrá consultar los precios e interactuar con los mismos

Figura 1. Menú principal tablero de precios 2025

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

En esta actividad se han recibido 4 formatos diligenciados de costos de producción de parte de la asistencia técnica de acuerdo a lo proyectado.

Objetivo Específico 4: Fortalecimiento del sistema de información geográfico

CONSOLIDACIÓN DE 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.

CREACIÓN DE MAPAS DE CÁLCULOS DE ÁREA SEMBRADA, ÁREA COSECHADA, RENDIMIENTO Y PRODUCCIÓN PARA 2024 Y ACTUALIZACIÓN DE PÁGINA SIPA

Con base en la información consolidada para 2024, se llevó a cabo el inicio de la elaboración de mapas nacionales generales y mapas nacionales centrados en los principales departamentos, teniendo en cuenta las variables de Área Cosechada, Área Sembrada, Producción y Rendimiento para la caña panelera, así

como la creación de mapas a nivel nacional para el año 2024, son alrededor de 32 mapas. Algunos ejemplos se presentan a continuación.

Figuras 2-3. Mapas de Área cosechada en caña panelera Colombia 2024 y Departamentos paneleros: Producción de panela – Colombia 2024

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

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

Figura 4-5. Mapas de Área cosechada, sembrada, producción y rendimiento para diferentes departamentos para el año 2024.

Estos mapas se crearon y se encuentran disponibles en formato interactivo en la página SIPA (Sistema de Información Panelera) y en formato PDF para consulta directa. A través del siguiente enlace <https://www.sipa.org.co/wp/index.php/category/sig/ar/ard/>, se puede acceder a los mapas interactivos donde se muestran ejemplos de estas representaciones a nivel municipal. Estos mapas

permiten una visualización detallada y precisa de la distribución de las variables paneleras en cada municipio, facilitando la identificación de patrones espaciales, comparaciones entre regiones y la toma de decisiones informadas en el sector panelero. Ejemplos de lo anterior se muestran a continuación.

Figura 6-7. Actualización de página SIPA con mapas de Área cosechada, sembrada, producción y rendimiento para los departamentos paneleros para el año 2024 y mapas interactivos.

Adicional a lo anterior se creó un mapa de aptitud de la producción de caña panelera para los municipios de Convención y Teorama en el departamento de Norte de Santander para sensibilizar a los productores sobre los niveles de aptitud reportados por la UPRA en estos principales municipios productores de caña panelera.

Figura 8. Mapa de aptitud productiva en caña panelera para los municipios de Convención y Teorama – Norte de Santander

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 2025, así mismo, se elaboraron mapas interactivos que representan la información del boletín semanal de precios y también se publicaron en la página web del SIPA. En junto con el área de comunicaciones se realiza la difusión del boletín semanal en las redes sociales, del cual se actualizó su formato para una explicación más detallada de la variación de precios semanal. De igual manera, se inició la actualización de la sección “biblioteca” del SIPA con la normatividad panelera, técnica y sanitaria asociada a la producción de panela, publicando la normatividad que se encuentra vigente en la actualidad.

Adicionalmente, se realizó un trabajo conjunto con profesionales del Sistema Nacional Unificado de Información Rural y Agropecuaria (SNUIRA) adscrito a la UPRA para mejorar la presentación de datos de precios en la plataforma SIPA, y visibilizar la información que se procesa por el Sistema de Información Panelero en los instrumentos que referencia la UPRA en su portal.

Se participaron en múltiples reuniones durante el trimestre, a través de las cuales se recibió asesoría sobre cómo crear un tablero interactivo que permita la interacción de cualquier usuario con la variable

de precios pagados al productor por Kg de panela. Se creó un primer modelo de tablero que se publicó en la página principal del SIPA para una prueba inicial de operabilidad y recibir retroalimentación de usuarios finales.

Así mismo, se compartieron con la UPRA los instrumentos asociados al proceso de recolección, análisis y procesamiento de la variable precios pagados al productor por Kg de panela, para su inclusión en el diccionario de datos sectorial dispuesto por la entidad y la visibilización de la actividad que se realiza desde FEDEPANELA-FONDO DE FOMENTO PANELERO.

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

Esta actividad no tiene actividades programadas para el segundo trimestre

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

SISTEMA DE GESTIÓN DOCUMENTAL

Se continuó con la ejecución del programa anual establecido junto con la empresa JyJ Accounting Technology para este año 2025 que abarca:

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

Durante el segundo trimestre de 2025, el Fondo de Fomento Panelero (FFP) centró sus esfuerzos en la gestión documental, abordando la consolidación de instrumentos archivísticos y la organización de archivos físicos, para esto último se tuvo en cuenta la validación de instrumentos como las tablas de retención documental, que informan el tiempo que debe permanecer la información según la fase de archivo en la que se encuentre.

De acuerdo con lo establecido en el plan de trabajo establecido, se desarrollaron actividades en el segundo trimestre del año 2025, que abordaron las siguientes temáticas:

1. Disposición de nueva información de las áreas administrativa y financiera y administrativa y de recaudo en el archivo central, de acuerdo con la capacidad establecida para el espacio.

2. Revisión de aprobaciones de instrumentos archivísticos para su aplicación: consolidación del Instructivo Consulta y Préstamo Documental para la reglamentación del funcionamiento del espacio del archivo central y proyección de la Base de Inventario Documental con la información dispuesta en el espacio.

3. Actualización de instrumentos archivísticos: entrevistas con todas las áreas del Fondo de Fomento Panelero para el inicio del proceso de actualización de las TRD, de acuerdo con la documentación que actualmente se maneja. Adicionalmente, se actualizaron los instrumentos archivísticos publicados en la página web de Fedepanela-FFP, sección Ley de Transparencia, de acuerdo con la documentación más actualizada del programa.

4. Reglamentación del proceso de Consulta y Préstamo documental: capacitación a la auxiliar de recepción con el procedimiento establecido para el préstamo de documentación dispuesta en el archivo central, así como los instrumentos archivísticos asociados.

5. Revisión de archivo físico: procesamiento de AZ del año 2023 en carpetas y cajas.

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

En lo que va de este segundo trimestre se lograron los siguientes avances en el plan de establecido:

Durante el transcurso de la Asesoría en PDP se realizó la atención de requerimientos del Fondo de Fomento Panelero (FFP) y - FEDEPANELA, también se continuó con la ejecución del cronograma y plan de trabajo establecido para 2025; para las anteriores finalidades C&U COMPANY S.A.S. puso a disposición del FFP las herramientas, recursos y metodologías tecnológicas con las que se cuentan para el desarrollo de estas actividades.

Actividades Específicas:

1. Actividades de seguimiento y mejoramiento del sistema de protección de datos personales para el FFP.

- o Actualización de los documentos publicados en la página web SIPA y en la página web de FEDEPANELA sección Fondo de Fomento Panelero, tales como aviso de privacidad, política de protección de datos personales y apartado de protección de datos personales de la sección de Ley de Transparencia, a fin de cumplir con la normatividad exigida y garantizar la publicación de las últimas versiones de los documentos.

- o Inicio del proceso de levantamiento de bases de datos en uso por parte de FEDEPANELA-FFP. Creación de formulario para solicitud de información, así como de la guía de diligenciamiento para mejor entendimiento de los términos técnicos. Solicitud de información a todas las áreas del Fondo de Fomento Panelero y seguimiento a solicitud de información, así como resolución de inquietudes para su correcto diligenciamiento, con cada una de las áreas.

- o Ejecución de la primera sensibilización del año para las áreas técnica, socioempresarial y de sistemas de información, de acuerdo con cronograma establecido para el proceso de capacitación del sistema de protección de datos personales del FFP para 2025.

2. Atención de solicitudes internas de los colaboradores del FFP (Elaboración de autorizaciones de tratamientos de datos, formularios digitales de recolección de información, etc.)

- o Revisión del párrafo de protección de datos para el manejo de imagen y videos de terceros para uso institucional en las actividades lideradas por el área de promoción al consumo.

- o Revisión de la documentación de recolección de información que actualmente se encuentra en uso por parte del área administrativa y de recaudo, a fin de verificar que cumple con las especificaciones exigidas por la Ley.

- o Verificación del apartado de autorización de tratamiento de información para la sección de PQR de la página web de FEDEPANELA – FFP y solicitud de actualización para nueva página web.

- o Actualización de párrafo de tratamiento de datos dispuesto en los formatos de recolección de información utilizado en las capacitaciones de FEDEPANELA-FFP.

- o Proyección del párrafo de protección de datos empleado en recolección de información digital en el evento de EXPOLICORES por parte del área comercial.

3. Atención de solicitudes de terceros, entre estas están, empresas con las que se firman acuerdos o convenios.

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

Durante este trimestre se llevó a cabo la actualización del inventario de equipos, la compra de un pc de escritorio, la compra de 6 licencias de Microsoft 365 Business Standard y mantenimiento de una impresora, así mismo se pagaron las suscripciones de Windy, Zoom, Google y el servicio de telefonía. Adicionalmente, se atendió la auditoria de sistemas de partes de Kreston y se atendieron incidentes de equipos por demanda.

OTRAS ACTIVIDADES

Durante el segundo trimestre del 2025 se participó activamente en las Mesas Técnicas Agroclimáticas de Boyacá y Norte de Santander, con charlas técnicas sobre la agricultura digital y su relación con la Agrometeorología. En estas charlas participaron productores y entidades del sector agropecuario de los departamentos.

SISTEMATIZACION Y CONTROL RECAUDO DE CUOTA DE FOMENTO PANELERO "SIFFP

Durante el segundo trimestre del año se realizó el seguimiento al funcionamiento de la plataforma web de sistematización del recaudo, capacitación a 2 delegados nuevos y la aten

Para este proyecto se realizaron las siguientes actividades:

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL 2 TRIMESTRE 2025

METAS Y LOGROS 2 TRIMESTRE 2025

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

Esta actividad se ejecutó toda en el primer trimestre por lo cual en este trimestre no tiene actividades a ejecutar.

Objetivo Específico 2: FASE DE OPERACIÓN

Durante el segundo 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.

Según el registro de inventarios de rollos ingresaron 10.800 rollos de etiquetas y salieron 10.710 rollos

Objetivo Específico 3: Capacitación de manejo de la plataforma a delegados.

Durante el periodo se realizaron dos capacitaciones a delegados nuevos de los departamentos de Caldas y Cundinamarca (delegada Villeta), sobre el manejo de la plataforma.

Otras actividades

Adicionalmente se atendió el incidente para devolución de rollos de etiquetas por mala calidad en la impresión y lectura de los códigos QR, lo cual ocasiono una solicitud de devolución de 32 cajas +85 rollos para un total 2965 rollos. Lo cual se encuentra documentado en actas de la dirección de recaudo.

PROGRAMA DE ACOMPAÑAMIENTO SOCIO EMPRESARIAL

INFORME PRIMER TRIMESTRE 2025

Introducción

El programa de fortalecimiento socio empresarial financiado con recursos del FFP se fundamenta en lo establecido en la ley 101 de 1993 en el Artículo No. 31. Item 6. Programas económicos, sociales y de infraestructura para beneficio del subsector respectivo. También en lo establecido en la Ley 40 de 1990, norma que tiene como finalidad la protección y el desarrollo de la producción panelera. 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:

Eje 3. Derecho Humano a la Alimentación:

A. Disponibilidad de alimentos

1. Transformación del sector agropecuario para producir más y mejores alimentos
 - a. Ordenar la producción agropecuaria
 - b. Proveer acceso a factores productivos en forma oportuna y simultánea

Eje 4. Transformación Productiva, Internacionalización y Acción Climática

9. Modelos de bioeconomía basada en el conocimiento y la innovación
 - a. Modelos de producción sostenible y regenerativos en agricultura y ganadería
 - b. Turismo en armonía con la vida

Eje 5. Convergencia Regional

4. Reestructuración y desarrollo de sistemas nacionales y regionales de productividad, competitividad e innovación
 - a. Transformación productiva de las regiones
 - b. Inserción de las regiones en cadenas globales de valor
 - c. Consolidación del desarrollo sostenible y responsable del turismo incluyente con las comunidades

Es importante tener en cuenta que la producción panelera es altamente informal en lo productivo, comercial y laboral alcanzando niveles de hasta el 86% (UPRA). Esta actividad productiva es ejercida en un 95% por pequeños productores, los cuales requieren de un acompañamiento profesional que fortalezca los aspectos socio empresariales, como base para desarrollar de manera sostenible propuestas y negocios de alto impacto económico y social para el subsector panelero; que requieren de escenarios de formalidad asociativa y empresarial, lo cual posibilita la consolidación del capital social del subsector panelero, constituido por los productores, mujeres juventud, asociaciones y trabajadores que generaran sentido de pertenencia y compromiso con el desarrollo de los objetivos

plasmados tanto en la Ley 40 de 1990, como en la Ley 2005 de 2019, las cuales buscan el mejoramiento de la cadena productiva de la caña y panela y de la calidad de vida de productoras y productores paneleros y su formalización.

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.

Para la selección de beneficiarios desde el año 2017 se inició un proceso de identificación de las asociaciones y cooperativas de productores/as existentes en los departamentos donde el FFP y la identificación de los emprendimientos desarrollados por jóvenes y mujeres vinculados a procesos de producción de panela o de subproductos y en los últimos años de agroturismo panelero. Estos grupos identificados se les invita a registrarse en las 3 redes que existen que son: Red de asociaciones, Red de mujeres, Red de juventud constituyendo la línea base para el desarrollo de las 5 estrategias que desarrolla el programa de acompañamiento socio empresarial. A estos productores/as el equipo de profesionales sociales los contacta para invitarlos a participar del programa del FFP con el compromiso de parte de ellos y ellas de participar en el proceso por todo el año, esto cuando son beneficiarios nuevos. Para procesos antiguos debe haber una solicitud de continuar participando en el programa, teniendo en cuenta las metas que hayan alcanzado con relación al plan de trabajo que se desarrolla con cada asociación o emprendimiento.

El proyecto de Acompañamiento Socio empresarial desarrolla cuatro estrategias donde se fortalecen los procesos asociativos formalizados, incentivando la integración y el relevo generacional, el empoderamiento y participación de las mujeres productoras y la promoción y prevención de la seguridad social y la salud laboral de los trabajadores que realizan labores, tanto en el cultivo de la caña como en el proceso de producción de la panela. A través de estas estrategias se contribuirá con el mejoramiento de la calidad de vida de los productores productoras del subsector.

Objetivo General del Programa de Acompañamiento Socio Empresarial

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

Objetivos Específicos

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

2. Impulsar que 200 mujeres pertenecientes a la Red tengan ingresos incrementados en 80 emprendimientos con participación decisoria, empoderamiento y mejoren autonomía económica.
3. Promover que 160 jóvenes pertenecientes a la Red de juventud agrupados en 48 emprendimientos mejoren la gestión en sus emprendimientos e ideas de negocio por medio de planes de trabajo y acompañamiento con enfoque diferencial y de género.
4. Desarrollar en alianza con el sector educación la propuesta de Escuela Panela en 8 colegios rurales ubicados en zonas paneleras.
5. Implementar procesos de sensibilización y formalización laboral en 32 pilotos conforme a la normatividad vigente y de Seguridad y Salud en el Trabajo - SGSST en el subsector panelero.

Cuadro de indicadores de gestión 2025

Tabla 1. Cuadro de Indicadores del programa

Componentes del Programa

Componente 1. Empresas Asociativas

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

Actividad 2

Reuniones de seguimiento al desarrollo del plan de fortalecimiento socio empresarial

Esta actividad busca brindar asistencia técnica personalizada a las 40 asociaciones en la implementación de buenas prácticas empresariales, la elaboración y ejecución de una hoja de ruta para la gobernanza, el alistamiento de los aspectos administrativos, gerenciales, y la gestión de trámites de formalización que les permitan participar en mercados más formalizados.

Se ha proyectado una meta de 160 reuniones de seguimiento al desarrollo de los planes de Fortalecimiento Socio empresarial. La ejecución acumulada al segundo trimestre es de 76 reuniones con un acumulado del 48% en este indicador.

Actividad 3

Capacitaciones de fortalecimiento socio empresarial

La capacitación en gestión empresarial, planificación estratégica y administración de recursos permite a las asociaciones campesinas fortalecer su organización interna y tomar decisiones más informadas.

Para este año se programaron las siguientes capacitaciones que recibirá cada una de las empresas asociativas:

1. Acuerdo social de la Empresa Asociativa
2. Competitividad de las empresas asociativas
3. Los Stateholders de la Empresa asociativa
4. Planeación Estratégica

Se han programado 160 capacitaciones y a corte del segundo trimestre se han realizado 76 capacitaciones alcanzando el 48% de la meta establecida.

Actividad 4

Caracterización de asociados pertenecientes a las 40 empresas asociativas

A través de un formulario digital alojado en la plataforma de Fedepanela se realiza la caracterización de un número determinado de asociados pertenecientes a las 40 empresas asociativas con las que está trabajando este año.

Algunos de los aspectos que se tienen en cuenta en la caracterización son los siguientes:

- Identificación: asociación, tipo de asociado, nombre y cédula, teléfono, fecha de nacimiento, edad, sexo, nivel escolaridad, grupo étnico, víctima de la violencia.
- Ubicación Geográfica: Departamento, municipio, vereda, nombre de la finca, Has totales de la finca.
- Productiva: Has en caña, tiene trapiche propio, kilos mensuales producidos, comercializa a través de la asociación, otros canales de comercialización

La meta de caracterizaciones de asociados es de 200 asociados para realizarlos en el segundo y tercer trimestre, el acumulado a la fecha es de 75 personas caracterizadas con un acumulado del 38%

Imagen 1. Reuniones con las Empresas Asociativas - Capacitaciones y Seguimiento de Planes de Trabajo

Componente 2. Red de Mujeres

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

Actividad 3.

Reuniones de seguimiento al desarrollo de los planes de trabajo de los emprendimientos de las mujeres

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

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

Incluyen actividades de asesoría, mentoría, identificación de fuentes de financiamiento, espacios colectivos con pares donde comparten experiencias, asesorías para mejorar producto, entre otras.

Esta actividad tiene una meta de 140 reuniones de seguimiento, con una ejecución acumulada de 60 reuniones que representa el 43%

Actividad 4.

Capacitaciones en emprendimiento y empoderamiento femenino

Los procesos de capacitación son cruciales para las mujeres emprendedoras porque les proporciona las herramientas y conocimientos necesarios para superar los desafíos específicos del

emprendimiento femenino, mejorar sus habilidades, aumentar su confianza y, en última instancia, impulsar el crecimiento de sus negocios.

El plan de capacitación busca fortalecer la confianza y la autoeficacia de las mujeres, permitiéndoles superar barreras psicológicas y sociales asociadas al emprendimiento femenino. Al mejorar sus habilidades y conocimientos, las mujeres emprendedoras pueden hacer crecer sus negocios, aumentar sus ingresos y contribuir al desarrollo económico de sus familias y comunidades.

Los temas programados para las capacitaciones son:

1. Modelo CANVAS
2. Administrando la economía Familiar
3. Las 5 fuerzas de Porter
4. Autonomía Económica

Esta actividad tiene una meta de 140 capacitaciones, con una ejecución acumulada de 60 capacitaciones que representa el 43% acumulado de la meta

Imagen 2. Red de Mujeres - Reuniones de capacitación y seguimiento de los planes de trabajo

Componente 3 Red de Juventud

Objetivo 3.

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

Actividad 3.

Reuniones de seguimiento al desarrollo de los planes de trabajo de los emprendimientos de juventud

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

Los planes de trabajo son personalizados de acuerdo con las necesidades expresadas por los jóvenes emprendedores, algunas de las actividades que se desarrollan las siguientes actividades:

- Conectar a los jóvenes emprendedores con empresarios y expertos que puedan brindar orientación, consejos prácticos y apoyo estratégico.
- asesorías individuales en áreas clave como finanzas, marketing, gestión de recursos humanos y ventas
- Participación en eventos donde los jóvenes puedan presentar sus proyectos a inversionistas, incubadoras de empresas o fondos de inversión.
- Enseñar cómo acceder a fondos, créditos y subvenciones destinados a emprendedores jóvenes.
- Establecer el Stateholders de apoyos a juventud y emprendimiento.
- Ayudar a los jóvenes emprendedores a crear una identidad de marca sólida y estrategias para mejorar la visibilidad de sus negocios.

Esta actividad tiene una meta de 96 Reuniones de seguimiento, con una ejecución acumulada de 48 reuniones que representa el 50% acumulado de la meta

Actividad 4.

Capacitaciones en emprendimiento Juvenil

Fortalecer el emprendimiento juvenil mediante el desarrollo de capacidades emprendedoras, el acceso a herramientas tecnológicas y el fomento de la innovación, con el fin de impulsar la creación de empresas sostenibles y competitivas.

Las capacitaciones buscarán proporcionar Programas de formación en comunicación efectiva, liderazgo, trabajo en equipo, resolución de conflictos y negociación.

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

Esta actividad tiene una meta de 96 capacitaciones, con una ejecución acumulada de 48 capacitaciones que representa el 50% acumulado de la meta

Imagen 3. Red de Jóvenes - Capacitaciones y reuniones de seguimiento a los planes de trabajo

Componente 4 Escuela Panela

Objetivo 4.

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

Actividad 3

Reuniones de seguimiento al desarrollo de los planes de trabajo de escuela panela

En la ejecución del plan de Escuela Panela en cada uno de los colegios rurales, se vienen realizando actividades como clases teóricas y prácticas, visitas a trapiches paneleros, talleres de capacitación y jornadas de sensibilización.

Se Realiza un seguimiento continuo del proceso de implementación, recopilando retroalimentación de docentes, estudiantes y comunidad educativa, y haciendo ajustes según sea necesario para garantizar el éxito del proyecto. Algunas actividades que se vienen desarrollando son las siguientes: Proyectos de Negocios Simulados, Visitas a Productores emprendedores Locales, ferias de emprendimiento.

Esta actividad tiene una meta de 48 encuentros de seguimiento al plan de trabajo, con una ejecución acumulada de 20 reuniones que representa el 42% acumulado de la meta.

Actividad 4

Capacitaciones en emprendimiento

Plan de capacitación en desarrollo de Habilidades y competencias para el emprendimiento donde se desarrollan capacitaciones en reconocimiento de las emociones, habilidades del Emprendedor, Mi finca productora, Plan de vida utilizando las siguientes metodologías:

Talleres de Creatividad: Organizar sesiones donde los niños puedan explorar su creatividad a través de manualidades, arte o diseño de productos.

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

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

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

Esta actividad tiene una meta de 48 capacitaciones, con una ejecución acumulada de 20 reuniones que representa el 42% acumulado de la meta.

Imagen 4. Escuela Panela - Capacitaciones y Plan de Trabajo

Componente 5 Seguridad y Salud en el Trabajo - SST

Objetivo 5.

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

Actividad 1.

Identificación y evaluación de 32 unidades productivas en los departamentos de Cundinamarca, Huila, Tolima, Caldas, Antioquia, Boyacá, Cauca y Nariño en los siguientes aspectos:

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

Esta actividad tiene una meta de 32 Unidades productivas con diagnóstico y valoración de riesgos. Esta meta está cumplida en un 100%

Actividad 2.

Planes de trabajo de los 32 pilotos de sensibilización en formalización laboral y SST en los departamentos de Cundinamarca, Tolima y Huila que atiendan los siguientes aspectos:

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

Esta actividad tiene una meta de 32 Unidades productivas con diagnóstico y valoración de riesgos. Esta meta está cumplida en un 100%

Imagen 5. Pilotos de Seguir

INFORME SEGUNDO TRIMESTRE 2025

PROGRAMA APOYO A LA GESTIÓN COMERCIAL

TITULO DEL PROYECTO: DESARROLLO Y CONSOLIDACIÓN DE MERCADOS DE VALOR AGREGADO A TRAVES DE UNA ESTRATEGIA DE ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS, MERCADOS, INSTITUCIONALES Y CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN

1. Introducción

Durante el segundo trimestre de 2025, el Programa de Apoyo a la Gestión Comercial continuó su labor de fortalecimiento al sector panelero colombiano, en un contexto de crecimiento sostenido de las exportaciones. Este comportamiento ascendente refleja una consolidación del producto en los mercados internacionales, resultado del posicionamiento de la panela como una alternativa natural y de valor agregado, así como del esfuerzo articulado entre productores, agroempresas e instituciones del sector.

En este periodo, se intensificaron las acciones orientadas al alistamiento exportador, brindando asesoría técnica a empresas paneleras en temas clave como normatividad sanitaria, rotulado, códigos de barras, trazabilidad y documentación técnica. Estas intervenciones buscan garantizar el cumplimiento de los requisitos exigidos en los mercados de destino y fortalecer la capacidad operativa de las agroempresas frente a los desafíos del comercio internacional.

Se realizaron siete asesorías a agroempresas para su alistamiento comercial, destacándose temáticas como la implementación de códigos de barras, cumplimiento de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), elaboración de fichas técnicas, normatividad sanitaria, formulación de planes de saneamiento, etiquetado y rotulado, así como recomendaciones sobre el empaque adecuado para la conservación de los productos. Cada una de estas asesorías, contribuye a fortalecer las capacidades de las agroempresas, brindándoles mayor visibilidad, fomentando su mejora continua y motivando a los productores a comprometerse con el desarrollo integral de sus procesos.

En el marco del acompañamiento a empresas del sector panelero interesadas en exportar, resulta fundamental entender el funcionamiento y alcance de los contingentes asignados por el Gobierno Nacional para la comercialización internacional de panela. Las circulares emitidas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo establecen las condiciones bajo las cuales se distribuyen estos cupos arancelarios preferenciales, en el contexto de acuerdos comerciales vigentes. Durante el 2025, las Circulares No. 018 y No. 012 han sido clave para regular el acceso a los mercados de Estados Unidos, tanto bajo el TLC como en el marco de la OMC, lo que permite orientar adecuadamente a los exportadores en cuanto a requisitos, disponibilidad y vigencia normativa.

De manera complementaria, se consolidaron importantes acercamientos comerciales con compradores nacionales e internacionales, con los cuales se espera generar oportunidades de negocio reales y de esta manera se pueda validar la preparación técnica y logística de los oferentes. Estas gestiones contribuyen al fortalecimiento de alianzas estratégicas y a la ampliación de la red de contactos comerciales, con enfoque en mercados prioritarios como Estados Unidos, Europa, Centroamérica y Asia.

En el marco de compras públicas, se desarrollaron tres encuentros comerciales entre la ADR, negocios verdes con la CAR, y se está participando en la rueda de negocios IICA, con 3 agroempresas de fedepanela.

Para el tema de agroindustria y el canal horeca, se realizó una base de datos, tomado de la cámara de comercio, para luego visitar en campo a las empresas del sector caso sabana de Bogotá.

Durante el año 2024, las exportaciones de panela colombiana consolidaron su presencia en el mercado internacional. En total, se exportaron 15.619 toneladas, dirigidas hacia 22 países. Esta cifra confirma la capacidad del sector para sostener una cobertura geográfica amplia, lo que representa una ventaja estratégica en términos de diversificación de mercados.

Los principales destinos continuaron siendo los tradicionales, con una marcada concentración en algunos mercados clave, aunque se observó una creciente diversificación. La variación en los precios de entrada unitarios por destino reflejó comportamientos diferenciados: mientras algunos países mostraron una tendencia al alza, otros mantuvieron precios estables o registraron caídas moderadas. En términos de actores del mercado, se registró la participación de 76 empresas exportadoras, entre las cuales se mantiene una concentración significativa, con algunas de ellas liderando en volumen exportado. Además, el comportamiento por empresa evidenció variaciones relevantes que pueden estar asociadas a dinámicas logísticas, acuerdos comerciales o cambios en la demanda.

La participación institucional en espacios especializados como “Retail del Futuro 2025” permitió una inmersión en las nuevas dinámicas del comercio global, facilitando el acceso a conocimientos actualizados en digitalización, sostenibilidad, omnicanalidad y tendencias de consumo. Esta experiencia aportó insumos estratégicos para la modernización del modelo comercial y el diseño de estrategias que respondan a las exigencias del entorno internacional.

Finalmente, Fedepanela participó en Expolicores 2025 promoviendo la panela como insumo para licores artesanales, apoyando a 17 empresas del sector en la visibilización de sus marcas. A través de alianzas y espacios comerciales, se destacaron avances en innovación, empaque y sostenibilidad, aprovechando el respaldo de la Ley 2005 de 2019, que impulsa la transformación de la panela y su inclusión en nuevas cadenas de valor, fortaleciendo la rentabilidad del sector panelero.

2. Objetivo General.

Expandir la presencia de la panela y sus derivados en nuevos mercados mediante el fortalecimiento de capacidades en agro empresas, para satisfacer la demanda en segmentos especializados de la industria alimentaria, el mercado institucional, el canal Horeca, exportaciones y circuitos cortos de comercialización.

3. Objetivos Específicos.

1. Fortalecer los aspectos logísticos y de gestión de la cadena de suministro, desarrollando habilidades, destrezas y conocimientos estratégicos que garanticen el cumplimiento y la calidad de las agro empresas. Lo anterior, generando la capacidad de afrontar los retos que presenta el mercado actual y el de exportación, los mercados institucionales, los circuitos de comercialización, la industria alimentaria y el sector HORECA.
2. 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.

3. Identificar nuevos mercados y oportunidades comerciales que permitan a las agro empresas ampliar su participación en mercados especializados.
4. Desarrollo de informes que proporcionen datos estratégicos, los cuales permitan la identificación de nuevas oportunidades de negocio y el crecimiento sostenible de las agro empresas.
5. Realizar asesoría a procesos de comercialización internacional: trámites, proceso exportador, fortalecer aspectos logísticos, asesoría en cupos de exportación.
6. Apoyar el cumplimiento de requisitos técnicos, certificaciones y documentación, garantizando que las agro empresas cumplan con acuerdos comerciales y mejoren sus procesos de sostenibilidad y competitividad.
7. Implementar herramientas de gestión comercial, que optimicen los procesos de las agro empresas y favorezcan su desarrollo en el mercado.
8. Aumentar las ventas en un 15% de las agro empresas asesoradas en el proyecto de apoyo de la gestión comercial.

4. Metas del programa comercial

La tabla 1 presenta el porcentaje de avance de las actividades del programa comercial ejecutadas durante el segundo trimestre:

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

METAS Y LOGROS DEL PROGRAMA COMERCIAL FEDEPANELA 2025			
ACTIVIDAD	META DEL PROGRAMA ANUAL	LOGRO SEGUNDO TRIMESTRE	%ACUMULADO
Asesorías a agro empresas para el alistamiento comercial donde se evidencie el cumplimiento técnico, legal y documental	20	7	13/20 (65%)
Talleres en temas relacionados con el mejoramiento de índices de competitividad y sostenibilidad, estructura de costos.	4	2	4/4 (100%)
Identificación de proyectos de integración productiva a través de escenarios de desarrollo e inversión evaluando la viabilidad	2	0	2/2 (100%)

técnica, financiera y comercial			
Informe de gestión para la apertura de nuevos mercados en la agroindustria y el canal horeca	6	1	3/6 (50%)
Acercamientos comerciales	30	11	17/30 (57%)
Asesoría en procesos de comercialización internacional	36	9	18/36 (50%)
Informes de inteligencia de mercados	3	1	1/3 (33%)
Boletines de interés comercial	4	1	2/4 (50%)
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	12	23	25/12 (100%)
Eventos de difusión en temáticas de interés comercial	3	2	5/3 (100%)

5. Asesorías a agro empresas para el alistamiento comercial donde se evidencie el cumplimiento técnico, legal y documental.

5.1 Aromáticas Cañaveral

Asesoramos a la empresa Aromáticas Cañaveral, ubicada en el municipio de Sandoná, Nariño, en el proceso de inscripción y asignación de 44 códigos de barras para sus productos, un paso clave para su crecimiento y expansión en el mercado. Con esta implementación, la empresa podrá optimizar la gestión de su inventario, facilitando el control y la trazabilidad de cada unidad, lo que se traduce en una mayor eficiencia operativa. Además, los códigos de barras permitirán que sus productos cumplan con los requisitos exigidos por supermercados, tiendas especializadas y otros canales de distribución formales, ampliando sus oportunidades de comercialización a nivel regional y nacional. Esta estandarización no solo fortalecerá su imagen empresarial, sino que también generará mayor confianza en distribuidores y consumidores, garantizando que cada producto sea identificado de manera única y segura en los diferentes puntos de venta.

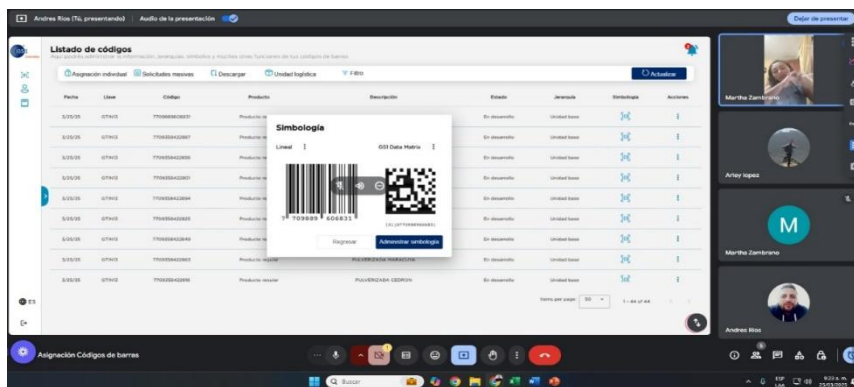


Imagen 1. Códigos de barras

5.2 Pachopanela – Cumplimiento BPA

La agro empresa Pacho Panela se ubica en la vereda Patasia y se dedica a la producción de caña de azúcar, implementando Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) para garantizar la calidad y seguridad de sus productos. La empresa ha adoptado un enfoque integral que no solo se centra en la producción eficiente, sino también en la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente. Las BPA son fundamentales en la producción de caña, ya que aseguran que los procesos agrícolas se realicen de manera responsable. En Pacho Panela, se han implementado prácticas que incluyen:

- Manejo adecuado de insumos: Uso responsable de fertilizantes y pesticidas, minimizando el impacto ambiental.
- Control de plagas y enfermedades: Estrategias de manejo integrado que reducen la dependencia de químicos.
- Conservación del suelo y agua: Técnicas que promueven la salud del suelo y la eficiencia en el uso del agua.



Imagen 2. Sistema de siembra, surcos lineales

5.2.1 Plan Comercial – Pachopanela – Tema explicación elaboración Fichas Técnicas.

Se llevo a cabo el acompañamiento mediante varios espacios virtuales con un cronograma de actividades donde se realizaron diferentes acompañamientos. con la empresa Pachopanela ubicada

en el municipio de Pacho Cundinamarca, para ejecutar el plan comercial con el equipo comercial, dentro de la cual se comenzaron a desarrollar las actividades contempladas en el cronograma de actividades, como primer paso se dieron a conocer las fichas técnicas que se deben implementar según la presentación de la panela o productos derivados, las cuales fueron socializadas por la profesional de calidad, destacando puntos relevantes de las mismas y observaciones que debe tener en cuenta el productor en este caso Pachopanela, quien será el encargada de complementarlas según especificaciones técnicas de los productos que maneja, al igual quedo pendiente la recopilación de las fichas técnicas de los proveedores de los productos que se utilizan para la elaboración de los mismos y envió de formatos, para recopilar la información y posteriormente solicitar concepto sanitario en este primer paso, respecto al empaque de los productos comenta el productor que se irán implementando hasta después de obtener el sello de BPA que ya está gestionando con el ICA. Se estipulo para la próxima reunión el tema de normatividad sanitaria por parte de la profesional de calidad.

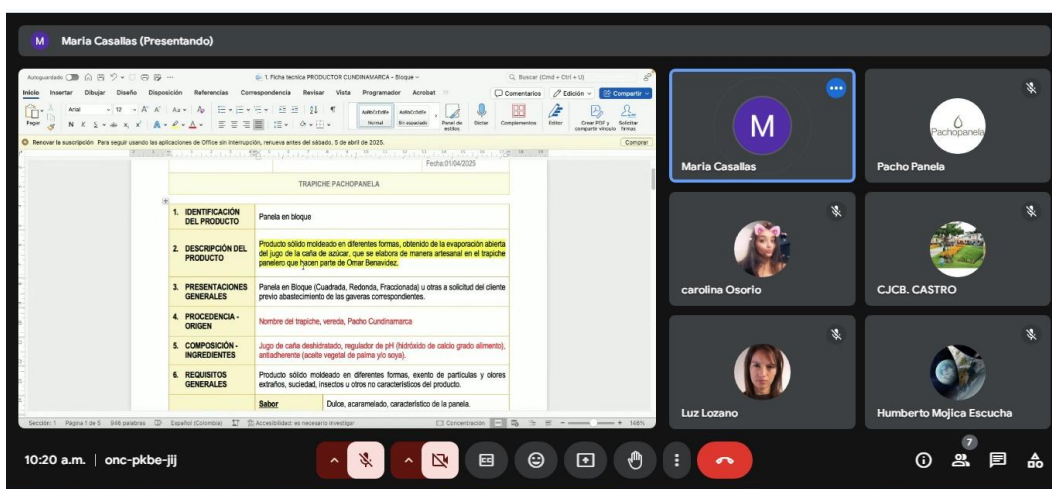


Imagen 3. Fichas técnicas

5.2.2 Seguimiento Plan Comercial Pachopanela – Tema Normatividad Sanitaria.

Se realiza reunión de seguimiento para validar información de las fichas técnicas, pero aún se les está realizando algunos ajustes por parte de Pachopanela, por lo cual queda dispuesta la revisión para la próxima reunión y se profundiza el tema de la normatividad sanitaria a petición de la empresa Pachopanela, la cual es dirigida por la profesional de calidad, dentro de la cual el interesado muestra interés en solicitar el concepto sanitario ya que desea trabajar con la miel invertida y los empaques los ira implementando cuando obtenga los sellos por parte del ICA. Requieren empaacar sus productos en cajas que no tengan logotipos para diferenciar su producto de los demás y en el momento están trabajando en el desarrollo de su plataforma web para dar a conocer sus productos y a la vez estructurar su portafolio buscando nuevos mercados e irse consolidando en este, se requiere actualización de códigos de barras o implementación de algunos. Por el momento se puede

ir realizando una caracterización de la norma para su implementación, se programa nueva reunión para ver el avance y formatos constituidos.



Imagen 4. Normatividad sanitaria

5.2.3 Seguimiento Plan Comercial Pachopanela – Tema Revisión Fichas técnicas diligenciadas y socialización formato Invima.

La empresa Pachopanela, realiza observaciones y los ajustes que considera necesarios para las fichas técnicas correspondientes a sus productos y está terminando de ajustar algunas, queda pendiente el posterior envío para revisión y aprobación. A su vez se realiza socialización del formato de calificación del Invima y su debido diligenciamiento para posterior revisión de la ingeniera junto con los formatos de las fichas técnicas. Queda pendiente agendamiento de la próxima reunión después de la visita que tiene programada entre el 6 y 7 de mayo para el tema de BPA.

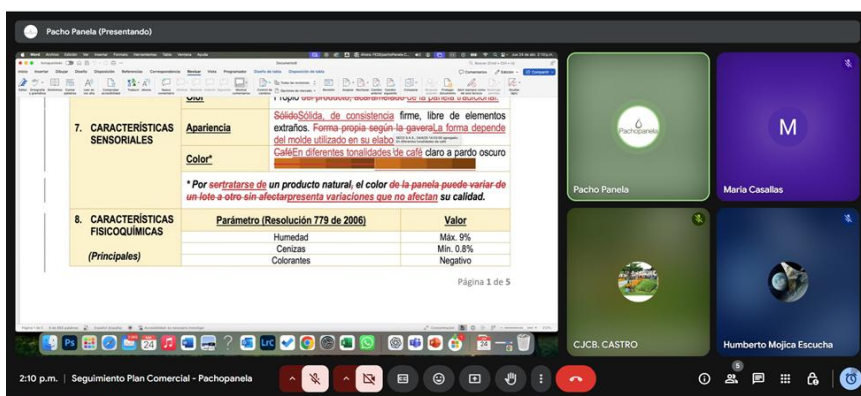


Imagen 5. Revisión fichas técnicas

5.2.4 Presentación Plan de Saneamiento - Empresa Pachopanela.

Durante la sesión, se brindó asesoría en el Plan de Saneamiento, abordando detalladamente cada uno de los programas que lo componen, así como su forma de implementación. Entre los programas presentados se incluyen: manejo de residuos sólidos, capacitación al personal, manejo integrado de plagas, limpieza y desinfección, trazabilidad. Quedó pendiente por desarrollar el Programa de manejo de agua potable, el cual será tratado en una próxima sesión; como producto complementario se comparte una base de clientes potenciales, en el canal agroindustrial.

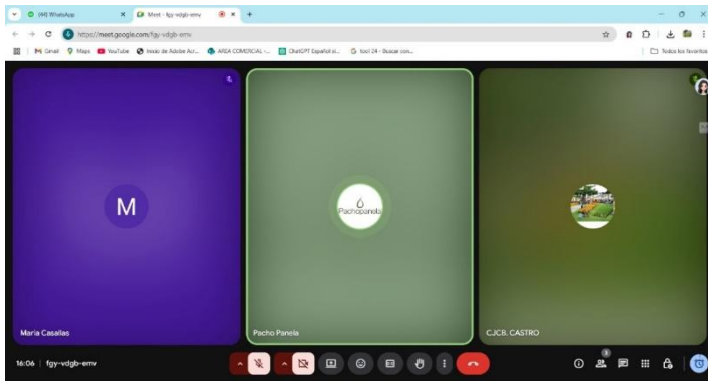


Imagen 6. Saneamiento Pacho Panela

5.3 Vitalpanela – Acompañamiento elaboración fichas técnicas.

Se realiza acompañamiento a la empresa comercializadora Vital panela de Moniquirá Boyacá, en temas relacionados con las fichas técnicas sobre el manejo sanitario y legalización ante requisitos INVIMA, sobre panela diversificada; desde la dirección comercial se están buscando nuevos mercados como el caso de San Andrés y providencia; Para lo cual se tienen que actualizar las fichas técnicas, se da capacitación del debido diligenciamiento a Sergio Roa representante legal de Vital panela, y a su vez en el concepto sanitario y la notificación sanitaria para contar con esta documentación en caso de que se requiera.



Imagen 7. Acompañamiento Vitalpanela

5.4 Dolcam – Asesoría etiquetado y rotulado.

Se realiza asesoría de rotulado y etiquetado a la empresa Dolcam, de origen antioqueño, constituida legalmente por cinco socios y un socio estratégico en Barcelona el cual vio viabilidad de exportar panela en sachets para España, de esta forma buscar nuevos mercados en otro país, y a su vez incrementar sus ventas consolidándose cada día más. En el desarrollo de la asesoría por parte de la profesional de calidad se explicó todo lo relacionado con el tema, reglamento para alimentos en Europa e información nutricional, todo lo referente al tema del rotulado y etiquetado, se resolvieron las inquietudes presentadas por los integrantes de la empresa Dolcam presentes. A su vez se realizaron las siguientes observaciones por parte de la profesional de calidad, se debe tener el sello o certificado orgánico, para poder colocar orgánico en el empaque, de lo contrario podrían devolver el producto, también se debe colocar en la notificación sanitaria de la empresa que empaqueta el producto la marca Dolcam, para no tener inconvenientes en este aspecto, información de la conservación del producto y revisión de la vigencia del uso de los logos de marca país de Procolombia.



Imagen 8. Asesoría rotulada Dolcam

5.5 Fortalecimiento Línea Dulcería Departamento Córdoba

En el desarrollo de la reunión se abordaron temas sobre el producto y características como su empaque en el caso del caramelo de 5gr se envuelve en celofán, pero a su vez se requiere cambiar el empaque ya que no conserva mucho el producto y dependiendo la zona el producto se conserva menos en ambientes con climas cálidos, este producto lo manejan en distintas presentaciones o variedades de sabores como: coco, leche coco, ajonjolí, jengibre entre otros y este empaque no permite su adecuada conservación ya que los productos son orgánicos. También, se maneja una panelita la cual se envuelve en el bijao y tiene una duración de 6 meses a comparación del caramelo que apenas dura 2 meses.

Solo transforman la miel evitando parte del proceso adicionando ingredientes para su elaboración y con los colores de los empaques identifican los sabores de los caramelos los cuales son de forma redonda, en algunos caramelos se utiliza leche lo que dificulta su secado y por ende dura más el tiempo de elaboración de este.

La profesional de calidad realiza unas observaciones en las cuales menciona que algunos estabilizantes pueden lograr conservar mejor el producto ya que por esto los empaques generan sudoración o en el proceso de pronto está adquiriendo humedad en algún punto, debido a tiempos o adición de ingredientes. La señora Merli Hoyos da a conocer su punto de vista sobre el uso de sustancias químicas y reitera que tradicionalmente se ha realizado e implementado la producción de sus productos de la forma más natural posible ya que siempre ha sido una tradición en su comunidad. El profesional de calidad considera necesario y de suma importancia, ver las condiciones en las que llega la miel, lo cual influye en el proceso de elaboración como lo es la manipulación de la materia prima, calidad de la miel, tiempos de reposo para su posterior uso e implementación de herramientas para medir los grados brix de la miel para manejar la misma calidad en el proceso. Adicionalmente capacitar al personal para realizar funciones y estar en sintonía con todo el proceso para no afectarlo en caso de que una persona no pueda asistir a la elaboración del producto.

Después de haber subsanado los puntos anteriores ya se comenzaría con el desarrollo de nuevos productos para satisfacer las necesidades del mercado actual y emergente para lograr mayor cantidad de oferta en presentaciones y de esta forma ir fortaleciendo la línea dulcera en Córdoba. Se propone una capacitación con los ingenieros técnicos del equipo comercial pongan en contexto a todo el grupo productivo para que apliquen todo lo referente al proceso técnico, buscando soluciones de mejora de elaboración del producto.



Imagen 9. Fortalecimiento línea dulcería Córdoba

5.6 Seguimiento Plan Comercial Empresa el Portillo Fabian León - Tema Etiquetado y Rotulado.

Se abordó el cumplimiento normativo en rotulado y etiquetado de productos, acorde a la normatividad vigente, en los siguientes ítems: denominación del producto, lista de ingredientes, fecha de vencimiento, número de lote, información del fabricante y país de origen, con información clara, veraz y comprensible.

Uso de imágenes ilustrativas como herramienta de referencia para el diseño y aplicación de sellos de advertencia en productos que excedan los límites establecidos de azúcares, sodio o grasas saturadas, o que contengan aditivos como saborizantes artificiales, conforme a la legislación sanitaria vigente. Finalmente, se evaluaron las implicancias de la aplicación de impuestos saludables sobre productos con componentes críticos y su impacto en el etiquetado y la comercialización.

La empresa El Portillo informa que está a cargo del proceso de organización y adecuación del área de bodega, con el objetivo de garantizar el cumplimiento de los requisitos técnicos y sanitarios exigidos por la autoridad competente, condición indispensable para la emisión de la notificación sanitaria correspondiente y, por ende, para la legalización de productos destinados al consumo.

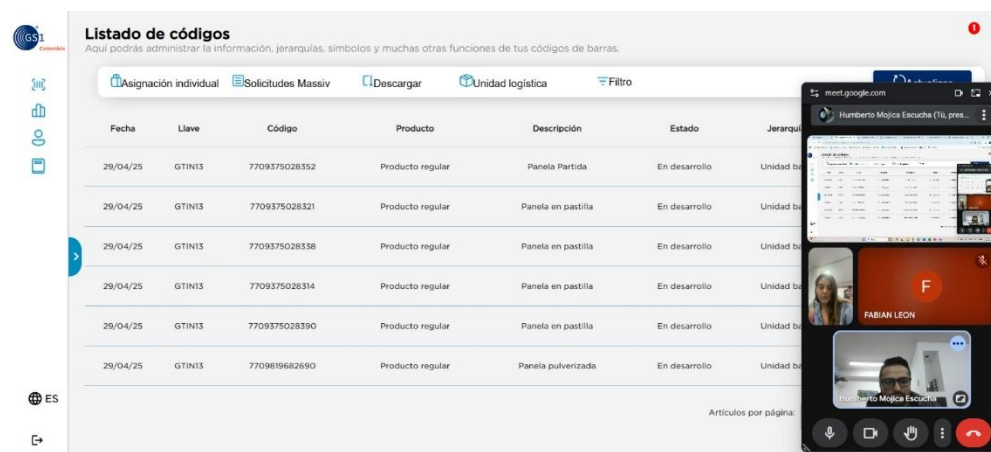
Se acordó agendar una próxima reunión para creación de códigos de barras para los productos en desarrollo y por desarrollar.



Imagen 10. Reunión etiquetado

5.6.1 Seguimiento Plan Comercial Empresa el Portillo Fabian León - Tema Implementación y creación de códigos de barras.

Se llevó a cabo el registro formal de la empresa El Portillo en la plataforma GS1, entidad encargada de la gestión y estandarización de códigos de identificación de productos a nivel global. Se asignaron y activaron 15, los cuales fueron distribuidos entre los productos actualmente comercializados por la empresa. Los 35 códigos restantes quedarán en reserva, disponibles para su utilización conforme se desarrollen nuevos productos o se amplíe el portafolio existente.



Listado de códigos
Aquí podrás administrar la información, jerarquías, símbolos y muchas otras funciones de tus códigos de barras.

Asignación individual Solicitudes Masivas Descargar Unidad logística Filtro

Fecha	Llave	Código	Producto	Descripción	Estado	Jerarquía
29/04/25	GTIN13	7709375028352	Producto regular	Panela Partida	En desarrollo	Unidad básica
29/04/25	GTIN13	7709375028321	Producto regular	Panela en pastilla	En desarrollo	Unidad básica
29/04/25	GTIN13	7709375028338	Producto regular	Panela en pastilla	En desarrollo	Unidad básica
29/04/25	GTIN13	7709375028314	Producto regular	Panela en pastilla	En desarrollo	Unidad básica
29/04/25	GTIN13	7709375028390	Producto regular	Panela en pastilla	En desarrollo	Unidad básica
29/04/25	GTIN13	7709819682690	Producto regular	Panela pulverizada	En desarrollo	Unidad básica

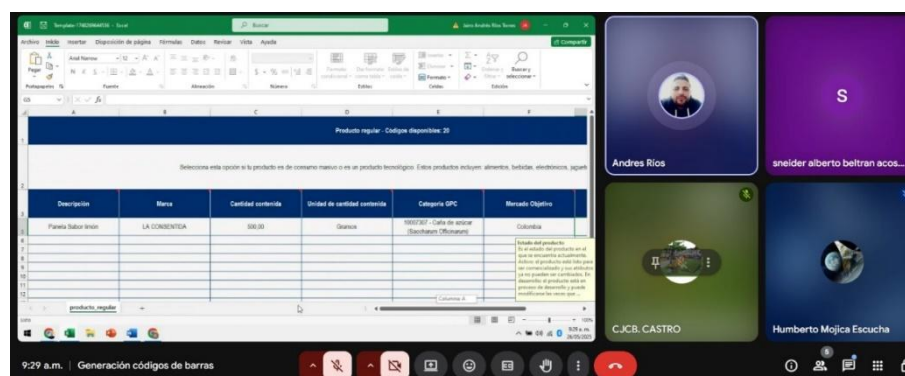
Artículos por página: 10

Imagen 11. Creación Códigos de barras

5.7 Corporación Soluciones Tecno empresariales de Colombia

Durante el desarrollo de la reunión, se solicitaron los datos de los productos a los cuales se les asignarían los respectivos códigos. Entre estos, destacaron cuatro presentaciones de panela de la marca *La Consentida*, a las cuales se les asignó exitosamente su código correspondiente mediante la plataforma GS1, se gestionaron 20 códigos adicionales para el desarrollo de futuros productos.

Se brindó una capacitación sobre el uso de la plataforma GS1, con el fin de que el productor pueda gestionar sus códigos y crearlos de manera autónoma. No obstante, en caso de requerirlo, podrá solicitar el apoyo del área comercial para llevar a cabo dicho proceso.



Producto regular - Código disponible: 20

Selecciona esta opción si tu producto es de consumo masivo o es un producto tecnológico. Entre productos incluyen: alimentos, bebidas, electrónicos, juguetes.

Descripción	Marca	Cantidad contenedor	Unidad de cantidad contenedor	Categoría UPC	Mensaje Objetivo
Panela sabor limón	LA CONSENTIDA	500.00	Gramos	9505 01 - Cereales de grano (Excluyendo Maíz)	Colombia

9:29 a.m. | Generación códigos de barras

Imagen 12. Creación Códigos de barras

** 7 agro empresas asesoradas en procesos de alistamiento comercial con un porcentaje de avance del 65%.*

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

6.1 Mesa de trabajo y talle compras públicas con actores locales en el departamento de Boyacá.

La participación de Fedepanela en la mesa de trabajo en Tunja, Boyacá, ha sido fundamental para fortalecer los mercados institucionales y promover circuitos cortos de comercialización; Se han generado espacios utilizando talleres bajo la metodología diálogo de saberes entre productores, comercializadores y entidades gubernamentales; con el objetivo de mejorar la eficiencia y la transparencia en la cadena de valor de la panela. Esta iniciativa busca facilitar el acceso a mercados más justos y sostenibles, fomentando prácticas que benefician tanto a los productores como a los consumidores, contribuyendo al desarrollo económico local en región. Lo anterior se desarrolló en articulación con la Agencia de Desarrollo Rural (ADR)



Imagen 13. Mesa de trabajo ADR

6.2 Taller 2. Fortalecimiento técnico Compras públicas de producción economías campesinas.

En el marco del Plan Nacional para la Promoción de la Comercialización de la Producción de la Economía Campesina, Familiar, Étnica y Comunitaria, establecido en la Resolución 006 de 2020, se llevarán a cabo jornadas de transferencia de capacidades técnicas dirigidas a actores nacionales y territoriales.

Estas sesiones tienen como objetivo fortalecer la comercialización en circuitos cortos, compras públicas, agroferias, entre otros. Impulsando la competitividad de pequeños y medianos productores agropecuarios, para garantizar el abastecimiento de productos de calidad para la población.

Su principal objetivo fue el de robustecer las capacidades de los participantes en gestión comercial, focalizándolos en mercados especializados.



Imagen 14. Taller virtual

*2 talleres en temas relacionados con el mejoramiento de índices de competitividad y sostenibilidad, estructura de costos, con un cumplimiento del 100 %.

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

Durante este periodo no se han desarrollado proyectos con el tema de referencia del punto en mención.

7. 1 Informe de gestión para la apertura de nuevos mercados en la agroindustria y el canal horeca.

Se desarrollo la construcción de una base de datos, con empresas de la línea agroindustrial, y el canal horeca, en sabana centro, en los municipios de Chía, Zipaquirá y Cajicá, en la búsqueda de nuevos mercados, para el beneficio de las agro empresas paneleras, la base de datos ayudara a las agro empresas a diversificar su cartera de clientes y reducir la dependencia de un solo mercado.

Con el fin de insertar la panela y la miel de caña como ingrediente alternativo para el **desarrollo** de sus productos. Se busca generar la exploración de nuevos segmentos de mercado para el subsector panelero.

Empresa	Dirección	Contacto
10. AGROINDUSTRIA	CARRERA 151 40 SUR CA 10	https://empresita.eleconomistaamerica.co/AGROINDUSTRIA
8. CORPORACION PARA DESARROLLO PRODUCTORES AGROINDUSTRIALES CUNDINAMARCA	CARRERA 127 SE PLAZA DE MERCADO EL GORGUE P 2 CHIA CUNDINAMARCA	https://empresita.eleconomistaamerica.co/CORPORACION PARA DESARROLLO PRODUCTORES AGROINDUSTRIALES CUNDINAMARCA
9. SOCIEDAD AGROINDUSTRIAL PECUARIA VARIAS	CARRERA 8 375 CHIA CUNDINAMARCA	https://empresita.eleconomistaamerica.co/SOCIEDAD AGROINDUSTRIAL PECUARIA VARIAS SAS.html
2. ZIPAQUIRA		

Imagen 15. Base de datos

*1 proyecto de integración realizado, con un avance del 50%

8. Acercamientos comerciales

8.1 C.I. Mari Frut – Trapiche el Macanal

Con el propósito de atender el requerimiento de producto emitido por la empresa Mari Frut, se llevó a cabo un acercamiento con Trapiche El Macanal, con el objetivo de evaluar su capacidad para suministrar la cantidad y especificaciones requeridas.

De acuerdo con la solicitud de Mari Frut, el pedido comprende: 12.500kg de panela fraccionada en presentación de 1.000g - 13.750kg de panela redonda en presentación de 500g. Asimismo, se estableció que el producto deberá ser marcado con la marca propia de Mari Frut, paletizado en la planta de producción y posteriormente transportado al puerto de Cartagena para su despacho.

Durante la reunión, el productor confirmó contar con la capacidad de producción y logística para atender el requerimiento en los términos establecidos. Actualmente, se encuentra en proceso la elaboración de la cotización detallada, la cual incluirá costos, tiempos de producción y condiciones de entrega, con el fin de avanzar en la negociación y garantizar el cumplimiento de los requerimientos del cliente.



Imagen 16. Acercamiento comercial Mary Frut – Trapiche el Macanal

8. 2 Mari Frut SAS – Panela La Victoria

Con el propósito de atender el requerimiento de producto emitido por la empresa Mari Frut, se llevó a cabo un acercamiento con Panela La Victoria, con el objetivo de evaluar su capacidad para suministrar la cantidad y especificaciones requeridas.

De acuerdo con la solicitud de Mari Frut, el pedido comprende: 12.500 kg de panela fraccionada en presentación de 1.000 g y 13.750 kg de panela redonda en presentación de 500g. Asimismo, se estableció que el producto deberá ser marcado con la marca propia de Mari Frut, paletizado en la planta de producción para ser negociado en términos EXW. Durante la reunión, el productor confirmó contar con la capacidad de producción y logística para atender el requerimiento en los términos establecidos. Actualmente, se encuentra en proceso la elaboración de la cotización detallada, la cual incluirá costos, tiempos de producción y condiciones de entrega, con el fin de avanzar en la negociación y garantizar el cumplimiento de los requerimientos del cliente.



Imagen 17. Acercamiento comercial Mary Frut – Panela La Victoria

8.3 El Arrozal – Coopcultivarte

Se realizó un acercamiento comercial con la empresa El Arrozal, una cadena de supermercados con presencia en Bogotá y participación en mercados líderes. Durante la reunión, se identificó su interés en la exportación de piloncillo hacia Los Ángeles, Estados Unidos. La empresa destacó su experiencia en la comercialización de productos agroindustriales y su intención de ampliar su **portafolio** en mercados internacionales.

El requerimiento de exportación consiste en cinco contenedores de piloncillo, con envíos programados para iniciar lo antes posible. Se discutió la importancia de establecer un flujo constante de suministro para garantizar la continuidad del negocio y satisfacer la demanda del mercado objetivo.

Se identificó un interés firme por parte de la empresa en consolidar esta exportación. Actualmente, se espera el envío de la cotización para avanzar en el proceso. Se recomendó continuar con reuniones adicionales para definir los términos comerciales, establecer acuerdos formales y asegurar una correcta ejecución del plan logístico y comercial.

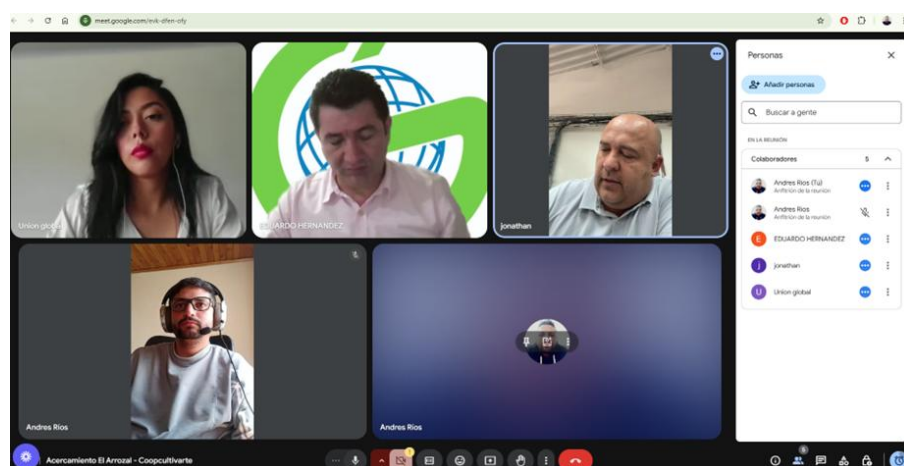


Imagen 18. Acercamiento comercial el arrozal y Coopcultivarte

8.4 El Arrozal – Trapiche el macanal

Se llevó a cabo un acercamiento comercial con la empresa El Arrozal, en el cual se exploraron oportunidades de negocio relacionadas con la exportación de piloncillo hacia Los Ángeles, Estados Unidos. Durante la reunión, la empresa manifestó su interés en fortalecer su presencia en mercados internacionales y ampliar su portafolio de productos agroindustriales, destacando su experiencia en este sector.

El requerimiento inicial contempla la exportación de cinco contenedores de piloncillo en presentaciones de 227g, con el objetivo de iniciar los envíos en el menor tiempo posible. Se resaltó la importancia de establecer una cadena de suministro eficiente y sostenida en el tiempo, que permita garantizar la continuidad del negocio y responder de manera efectiva a la demanda del mercado internacional.

Para avanzar en el proceso, se está a la espera de la presentación de la cotización correspondiente, lo que permitirá definir aspectos clave como precios, volúmenes y condiciones comerciales. Además, se abrió la posibilidad de evaluar la viabilidad de establecer un esquema de proveeduría para el mercado nacional mediante la validación de precios y condiciones de distribución, lo que podría representar una nueva oportunidad de comercialización dentro del país.

Se continuará con reuniones adicionales para afinar detalles logísticos, establecer acuerdos comerciales y asegurar la correcta ejecución del plan de exportación y abastecimiento interno.



Imagen 19. Acercamiento comercial el arrozal y trapiche macanal

8.5 Comercializadora Internacional KM Ltda. - La Joya SAS (Panela San Isidro)

Desde el área comercial de Fedepanela se realizó un acercamiento entre la empresa La Joya SAS y la empresa Comercialización Internacional KM Ltda interesados en exportar panela al mercado japonés. Durante la reunión, se presentó la oferta comercial de La Joya SAS, empresa ubicada en Sasaima, Cundinamarca, especializada en la producción de panela pulverizada y orgánica. Su portafolio incluye presentaciones en sachet, empaques de 250 gramos, 500 gramos, una libra y un kilogramo, además de sacos de 25 kilogramos de panela orgánica en pastilla. La compañía está enfocada en atender el canal HORECA y cuenta con certificación del INVIMA, así como certificación orgánica con una trayectoria de 18 años en esta categoría.

Durante el acercamiento, se acordó que La Joya SAS enviará al cliente una reseña del proceso productivo del producto, la ubicación del productor, la ficha técnica del producto y la información general de la empresa, con el objetivo de brindar mayor claridad y confianza en la calidad y trazabilidad del producto ofrecido.

Asimismo, se estableció la necesidad de enviar una muestra del producto al cliente final en Japón. Esta acción permitirá que el cliente realice los análisis correspondientes para continuar con el proceso de evaluación y negociación.

Por otra parte, se planteó que, para avanzar con la cotización formal del producto, es indispensable que el cliente confirme las cantidades requeridas, el tipo de empaque deseado y los términos de negociación, incluyendo condiciones logísticas y comerciales.

Este acercamiento representa una oportunidad significativa para avanzar en el proceso de internacionalización de la panela colombiana, generando valor para el productor y posicionando un producto tradicional en un mercado exigente como el japonés. Se recomienda dar un seguimiento cercano a los compromisos adquiridos y mantener comunicación constante con ambas partes para facilitar la evolución positiva del proceso comercial.

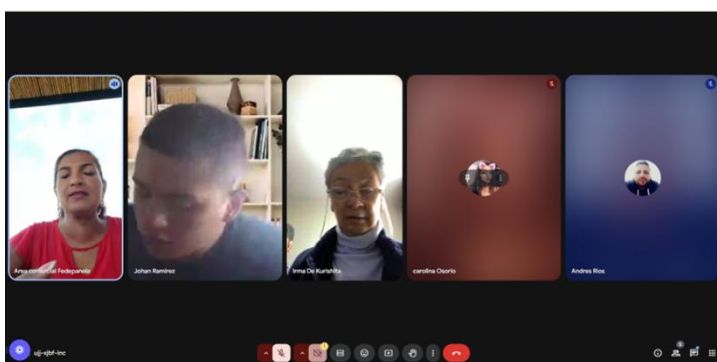


Imagen 20. Acercamiento comercial Comercializadora Internacional KM Ltda. - La Joya SAS (Panela San Isidro)

8.6 Comercialización Internacional KM Ltda y Trapiche el Macanal

Como parte de las gestiones de internacionalización adelantadas por el área comercial de Fedepanela, se llevó a cabo un acercamiento comercial entre el productor Trapiche El Macanal y el cliente potencial Comercialización Internacional KM Ltda., quien manifestó interés en exportar panela hacia el mercado japonés. Durante la conversación, el cliente expresó la necesidad de adquirir dos tipos de presentación: papeletas individuales para distribución en cafeterías y bloques de panela destinados a procesos de pastelería y confitería.

En el marco del acercamiento, Trapiche El Macanal asumió el compromiso de enviar al cliente una reseña detallada del proceso de producción, la ubicación del productor, la ficha técnica del producto y la información general de la empresa. Esta documentación es clave para garantizar la transparencia del proceso y la confianza del cliente en la calidad del producto ofrecido. También, se acordó el envío de una muestra del producto al cliente final en Japón, con el objetivo de que se realicen los análisis correspondientes. Este paso es fundamental para avanzar en la validación técnica del producto y dar continuidad al proceso de negociación.

Este acercamiento refuerza el interés del mercado internacional en la panela colombiana y representa una valiosa oportunidad para que el Trapiche El Macanal consolide su presencia en nuevos destinos. Se recomienda mantener el seguimiento a los compromisos pactados y continuar

fortaleciendo el acompañamiento técnico y comercial al productor para asegurar el éxito de la negociación.

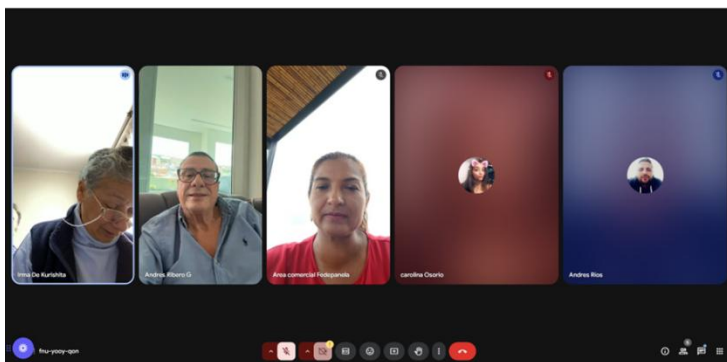


Imagen 21. Comercializadora Internacional KM Ltda y Trapiche Macanal

8.7 Comercialización Internacional KM Ltda - Panela Victoria

Se realizó una reunión de acercamiento entre la empresa Panela Victoria y la empresa Comercialización Internacional KM Ltda., interesada en la exportación de panela hacia el mercado japonés. Panela Victoria es una empresa con más de 28 años de trayectoria en el sector, reconocida por ofrecer un producto de alta calidad y con estándares sólidos de inocuidad, sustentados en el hecho de que el 90% de las tierras de cultivo utilizadas pertenecen a la compañía. Actualmente exportan de manera activa a Chile y de manera ocasional a Estados Unidos y España.

Durante el intercambio comercial, el cliente manifestó interés en tres tipos de presentación: papeletas individuales, bloques y pastillas de 250 gramos, con fines de distribución y transformación en el mercado japonés.

Como resultado del encuentro, la empresa productora se comprometió a remitir al cliente un documento que incluya una descripción del proceso de elaboración, la localización del productor, la ficha técnica correspondiente y una presentación general de la empresa. Esta información será clave para respaldar la calidad del producto y su trazabilidad.

Adicionalmente, se acordó que se enviará una muestra del producto al comprador final en Japón, con el propósito de someterla a los análisis pertinentes que permitan avanzar en la evaluación técnica y comercial de la oferta. Para continuar con el proceso de negociación y elaborar una propuesta económica formal, es necesario que el cliente defina las cantidades requeridas, los formatos de empaque deseados y los términos de negociación, lo cual permitirá estructurar adecuadamente los aspectos logísticos y contractuales del posible acuerdo.

Este acercamiento evidencia el interés constante de mercados exigentes por productos colombianos con valor agregado y respaldo en buenas prácticas agrícolas e industriales.



Imagen 22. Acercamiento comercial comercializadora Internacional KM Ltda - Panela Victoria

8.8 Blackmill – Dulcenar

Se llevó a cabo el acercamiento comercial entre la empresa Blackmill y el productor Dulcenar, quien manifestó estar ubicado en el municipio de Sandoná, Nariño, y contar con amplia experiencia en la elaboración de panela de alta calidad, con condiciones óptimas para exportación. Como parte de los requerimientos iniciales, Blackmill expresó su interés en adquirir un contenedor completo de panela pulverizada, lo cual se alinea con la capacidad actual del productor, quien dispone de aproximadamente 23 a 24 toneladas netas, empacadas en sacos de 25 kg en lona, cumpliendo con los requisitos técnicos solicitados por el comprador, especialmente en cuanto a tamizaje detallado para control de granulometría y reducción de pérdidas de producto.

El precio ofrecido por el productor es de \$6.000 COP por kilogramo, con entrega directamente desde su bodega en Sandoná. Para garantizar la calidad exigida por el cliente, se contempla la realización de análisis microbiológicos y de polaridad, así como la implementación de medidas de control de humedad que aseguren la estabilidad y conservación del producto durante el proceso logístico. Dulcenar cuenta con antecedentes sólidos en ventas continuas, demostrando cumplimiento, consistencia en la entrega y una reputación consolidada dentro del ecosistema panelero colombiano, lo cual lo posiciona como un proveedor confiable para operaciones comerciales de mediano y gran volumen.



Imagen 23. Acercamiento comercial Blackmill - Dulcenar

8.9 Blackmill – Ichy Quipile

Como parte de los esfuerzos de Fedepanela para fortalecer los vínculos entre productores y potenciales compradores, se llevó a cabo un acercamiento comercial con la empresa Black Mill & Ichy, ubicada en el municipio de Quipile. Esta empresa cuenta con experiencia previa en procesos de exportación, trabajando con compañías como Heincke, Imepex y Delight Cane, y se distingue por mantener altos estándares de calidad en su producción. Actualmente, producen 20 toneladas mensuales de panela, cuentan con certificación Ecocert y están en proceso de implementar mejoras continuas en sus procesos productivos, lo que evidencia su compromiso con la calidad y la sostenibilidad.

Durante la reunión, Black Mill manifestó su interés en adquirir panela en polvo con destino al mercado europeo. Su requerimiento específico contempla envíos trimestrales de 20 toneladas, empacadas en sacos de 25 kg, utilizando contenedores de 40 pies si el producto es paletizado o de 20 pies si no lo es. La empresa trabaja a nivel nacional con panela orgánica y tradicional en polvo, y exporta panela en bloque a Estados Unidos.

Como condición técnica clave, enfatizan la importancia de controlar el nivel de humedad del producto, recomendando un valor inferior al 2%, y requieren que la molienda se realice en malla 8 o malla 10 para cumplir con las especificaciones del mercado de destino.

Se espera el envío de una cotización formal para dar continuidad a la negociación.



Imagen 24. Acercamiento comercial Blackmil – Ichy Quipile

8.10 Blackmill – Pulvipanela

Con el objetivo de establecer una relación comercial estratégica, se llevó a cabo un acercamiento entre la empresa Blackmill y la Asociación de Paneleros Pulvipanela, ubicada en La Paz, Santander. Pulvipanela es una organización reconocida por su experiencia en la producción de panela pulverizada tipo exportación, con una sólida trayectoria como proveedor de marcas destacadas como Heincke, Doña Panela y Panela Colombia. La asociación cuenta con el concepto y notificación sanitaria emitidos por el INVIMA, lo que respalda la calidad e inocuidad de su producto. En este encuentro, se evaluaron aspectos técnicos y logísticos de la producción, destacando que la panela presenta una humedad promedio entre 1% y 2%, con resultados analíticos recientes que arrojaron una humedad de 0.96%. El producto es procesado utilizando un tamiz número 3 y se realizan moliendas cada 15 días, con una capacidad de producción semanal de entre 15 y 20 toneladas. La entrega se realiza en lonas de 25 kg. Adicionalmente, se revisaron las condiciones de acceso al terreno para la logística de despacho. Como parte del proceso de negociación, Pulvipanela recibió una solicitud formal de cotización por 20 toneladas de panela tamizada en malla número 2, empacada en sacos de 25 kg y entregada en Barbosa, Santander. Este acercamiento sienta las bases para una posible alianza comercial que beneficiaría a ambas partes mediante el suministro de un producto de alta calidad con estándares de exportación.

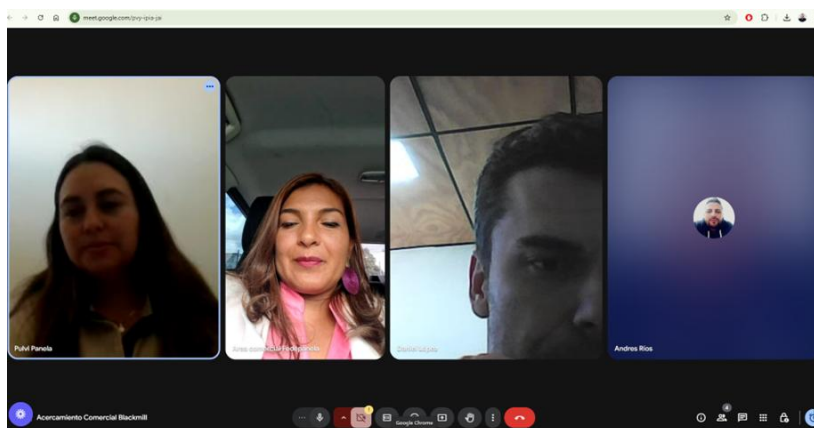


Imagen 25. Acercamiento comercial Blackmill – Pulvipanela

8.11 Pacho Panela – Aprolecho.

Aprolecho es una asociación de 70 productores del municipio de Chocontá, Cundinamarca, con más de 18 años en el mercado. Ellos se dedican a la transformación de la leche y sus derivados, para la elaboración de sus subproductos necesitan panela. Actualmente, requieren 600 unidades en forma de pastilla, de 250 gramos mensualmente.

Tanto Aprolecho como Pacho Panela, por medio del área comercial, están llevando a cabo acercamientos comerciales para concretar su negociación final. Desde Pacho, la panela sale hacia Bogotá, facilitando así la distribución y el abastecimiento para los productores de Aprolecho, la idea es que aprolecho, paga contra entrega el producto, de acuerdo con ficha técnica; el tiempo de abastecimiento de este contrato es por 7 meses.

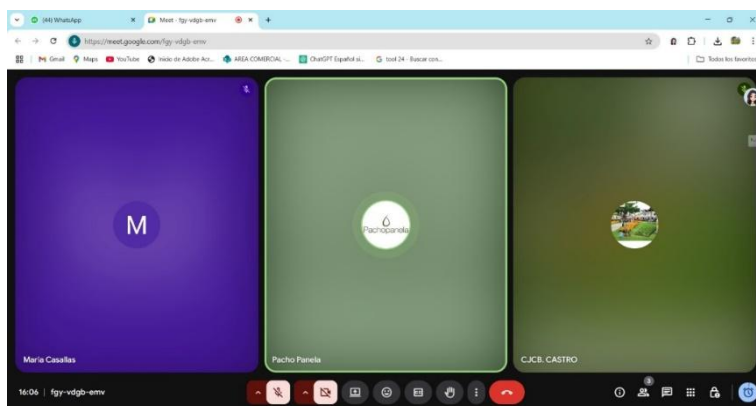


Imagen 26. Pacho panela acercamiento comercial

*11 acercamientos comerciales entre oferta y demanda, con un avance del 57%.

9. Asesorías a procesos de comercialización internacional

Durante el segundo trimestre del año, el programa apoyo a la gestión comercial del FFP acompañó a 9 empresas, manteniendo su labor de acompañamiento técnico a empresas del sector panelero interesadas en procesos de internacionalización. Se busca facilitar la planificación y ejecución de operaciones de exportación, con especial énfasis en productos derivados de la caña panelera.

Este servicio especializado proporciona herramientas clave para que las empresas puedan abordar con éxito los desafíos del comercio exterior, garantizando el cumplimiento de los requisitos regulatorios y logísticos exigidos por los mercados de destino.

En este periodo, se brindó atención a empresas productoras y comercializadoras, la orientación incluyó la identificación de oportunidades comerciales, análisis del entorno competitivo, revisión de tendencias de consumo a nivel internacional y apoyo en el proceso documental y normativo requerido para exportar.

9.1 Asesoría empresa el Arrozal

Se llevó a cabo una asesoría exportadora especializada para la empresa el Arrozal cadena de supermercados con presencia en Bogotá y participación en mercados líderes, con interés de exportación de panela piloncillo a los Ángeles Estados Unidos, con el objetivo de orientar sobre los requisitos y condiciones para la exportación de panela al mercado de los Estados Unidos. Durante

la sesión, el señor Jonatan expresó su interés en acceder a dicho mercado y manifestó haber recibido información preliminar sobre la necesidad de gestionar cupos de exportación desde Colombia.

En respuesta, se aclararon los mecanismos de asignación vigentes, 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 de cupos se realiza con base en el principio de “primero en llegar, primero en salir”, según lo estipulado por la normativa vigente. Asimismo, se le compartió información actualizada sobre los saldos disponibles, publicada oficialmente por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.

Posteriormente, se brindó orientación detallada sobre los requisitos de calidad y normativas técnicas que deben cumplirse tanto en Colombia como en el país de destino, con énfasis en los estándares exigidos por la Food and Drug Administration (FDA) y otras entidades regulatorias pertinentes.

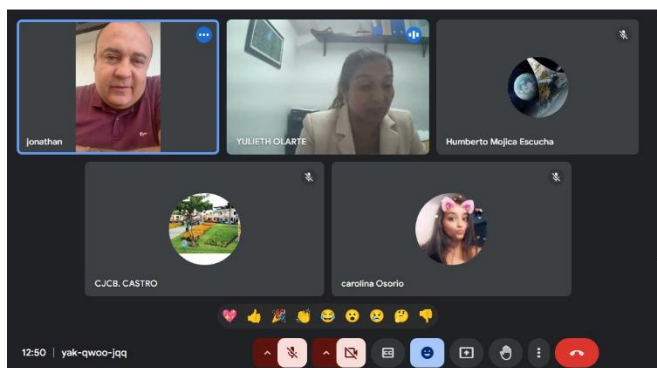


Imagen 27. Asesoría exportadora a la empresa el Arrozal

9.2 Asesoría a la empresa Infusiones Herbar

La empresa Infusiones Herbar S.A.S., domiciliada en Bogotá D.C., se dedica a la elaboración de productos alimenticios no clasificados previamente, entre los que se destacan infusiones y productos aromáticos. Actualmente, la compañía manifiesta su interés en iniciar procesos de exportación de panela saborizada hacia el mercado de los Estados Unidos, por lo cual solicitó asesoría especializada en relación con los requisitos técnicos y aduaneros aplicables a este tipo de producto.

En este contexto, se indicó que para determinar con precisión la subpartida arancelaria aplicable a la panela saborizada, es indispensable realizar una revisión detallada de la ficha técnica y del etiquetado o rotulado del producto. Por esta razón, se proporcionó el contacto de la ingeniera química de la Federación Nacional de Productores de Panela (Fedepanela), con el fin de facilitar una retroalimentación técnica y obtener información de primera mano sobre los componentes e ingredientes declarados.

Adicionalmente, se explicó que la posibilidad de acceder a exportaciones sin arancel para productos con contenido de azúcar —como la panela saborizada— está sujeta a los contingentes establecidos por el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Estados Unidos, los cuales son administrados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Finalmente, se aclaró que, en caso de que la empresa también esté interesada en exportar panela natural, esta se clasifica generalmente bajo la subpartida arancelaria 1701.13.0000, y que su acceso

al mercado estadounidense. Estos cupos se asignan conforme al principio de “primero en llegar, primero en ser atendido”, en función de las fechas de solicitud y disponibilidad del contingente.

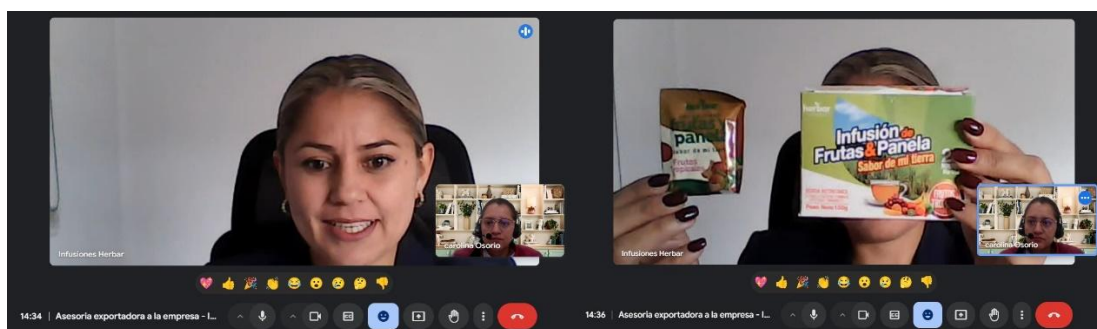


Imagen 28. Asesoría Infusiones Herbar

9.3 Asesoría a la empresa CI MARYFRUT

Maryfrut Ltda, empresa ubicada en la ciudad de Cali y dedicada a la comercialización de mariscos, pescados y frutas tropicales, ha manifestado su interés en incorporar productos de panela a su portafolio, con el propósito de desarrollar una estrategia de exportación dirigida al mercado de los Estados Unidos.

Con este fin, la empresa solicitó información relacionada con las cuotas de exportación. En respuesta, se le informó que, a la fecha, se encuentra vigente la circular correspondiente al Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos, la cual establece la asignación de cupos bajo el mecanismo de “primero en llegar, primero en ser atendido”. Se aclaró que esta metodología aplica exclusivamente a las exportaciones que cumplan con los requisitos de origen y demás condiciones establecidas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Adicionalmente, la empresa solicitó orientación respecto al aporte parafiscal panelero y su respectiva liquidación. Se indicó que, de conformidad con la Ley 40 de 1990, toda empresa que actúe como productora o comercializadora de panela y que realice operaciones de exportación está obligada a realizar esta contribución parafiscal. Este pago debe efectuarse previamente, dado que las agencias de aduanas exigen el comprobante correspondiente para poder efectuar el cierre documental ante la DIAN, constituyéndose así en un requisito obligatorio del proceso exportador.



Imagen 29. Asesoría exportadora a la empresa CI MARYFRUT

9.4 Asesoría s la Central de Mieles de Mariquita

Se atendió el requerimiento formulado por la Central de Mieles de Mariquita, en una reunión en la que participaron el señor Walter Fredy Rodríguez, el secretario de Desarrollo Agropecuario del municipio de Palocabildo, y el Coordinador Departamental de Fedepanela en el Tolima.

Durante el encuentro, la principal inquietud expresada por la Central fue conocer de manera detallada los trámites y requisitos para la exportación de panela al mercado de los Estados Unidos, motivados por la información proporcionada por un cliente, quien les mencionó la necesidad de gestionar cupos de exportación.

En respuesta a esta solicitud, se brindó orientación técnica sobre los pasos y requisitos fundamentales que debe contemplar la organización para estructurar una estrategia de exportación, entre los cuales se destacan:

- Formalización de la empresa ante autoridades competentes.
- Cumplimiento de los requisitos de calidad e inocuidad alimentaria establecidos en la normativa nacional e internacional.
- Registro ante la FDA (Food and Drug Administration) como prerequisite para el ingreso de productos alimenticios al mercado estadounidense.
- Pago de la cuota parafiscal de fomento panelero, conforme a lo dispuesto por la Ley 40 de 1990.
- Gestión y solicitud de la cuota de exportación a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el marco del Tratado de Libre Comercio (TLC), bajo el principio de “primero en llegar, primero en ser atendido”.
- Trámites complementarios ante las entidades gubernamentales correspondientes, como la DIAN, CAMARA DE COMERCIO, y la VUCE.

Este acompañamiento busca garantizar que los actores del sector panelero del Tolima cuenten con información clara y precisa para facilitar su inserción en mercados internacionales cumpliendo con los estándares legales, sanitarios y logísticos requeridos.

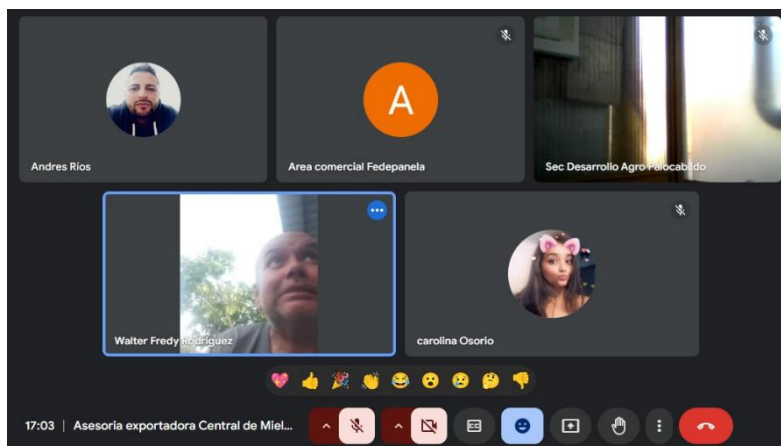


Imagen 30. Asesoría exportadora Central de Miel de Mariquita

9.5 Asesoría a COOINCAPRO cooperativa de Cañicultores de la provincia de Ocaña

La Cooperativa Integral de Cañicultores de la Provincia de Ocaña Ltda. (COOINCAPRO) es una entidad de primer grado, sin ánimo de lucro, que agrupa a productores de caña panelera de los municipios de Convención, González y Teorama, en el departamento de Norte de Santander. La cooperativa desempeña un papel estratégico en la cadena agroindustrial panelera de la región, dedicándose a la producción, transformación y comercialización de panela, y contribuyendo activamente al desarrollo económico local, la generación de empleo rural y el fortalecimiento del tejido social en la provincia de Ocaña.

COOINCAPRO cuenta con los elementos esenciales de formalidad empresarial, lo que le permite proyectarse hacia mercados internacionales. Recientemente, la organización informó sobre el interés de un cliente en realizar una compra de panela con destino a Panamá, motivo por el cual se procedió a brindar orientación detallada sobre los requisitos para la exportación, incluyendo aspectos documentales, sanitarios, aduaneros y logísticos.

En el marco de esta asesoría, se aclaró que actualmente Colombia no mantiene un acuerdo comercial bilateral o multilateral vigente con Panamá que permita beneficios arancelarios, por lo que las exportaciones hacia este país están sujetas al pago de aranceles plenos en destino, como parte del proceso de nacionalización del producto en territorio panameño. Esta información es clave para la estructuración de costos, fijación de precios y negociación con el comprador final.



Imagen 31. Asesoría exportadora a la Cooperativa de Cañicultores de la provincia de Ocaña

9.6 Asesoría a la Sociedad de Comercialización Internacional KM Ltda.

La Sociedad de Comercialización Internacional KM Ltda. es una empresa colombiana con experiencia en la exportación de productos nacionales hacia el mercado japonés. Recientemente, la compañía estableció contacto con el área comercial manifestando su interés en enviar muestras de panela pulverizada y en otras presentaciones a Japón, con el objetivo de evaluar su aceptación en dicho mercado.

En respuesta a esta solicitud, se informó que Colombia no cuenta actualmente con un acuerdo comercial bilateral con Japón que contemple preferencias arancelarias para la exportación de panela, lo cual implica que estas operaciones están sujetas al arancel general vigente en el país de destino.

No obstante, se procedió a brindar la asesoría correspondiente para el envío de muestras sin valor comercial, detallando el procedimiento logístico, los requisitos documentales y los costos aproximados asociados al envío internacional de muestras, de acuerdo con la normativa aduanera colombiana y japonesa.

Finalmente, la empresa solicitó apoyo para identificar productores nacionales de panela con capacidad de exportación. En atención a esta solicitud, se proporcionó el contacto de la directora del área comercial, responsable de facilitar los acercamientos entre compradores internacionales y productores nacionales, con el fin de establecer relaciones comerciales formales y sostenibles.



Imagen 32. Asesoría exportadora a la empresa Sociedad de Comercialización Internacional KM Ltda.

9.7 Asesoría a la empresa Medina & Herrera SAS

Se realizó una **asesoría exportadora** a la empresa del señor Joaquín Medina, ubicada en Quipile, Cundinamarca. Esta orientación se llevó a cabo en el marco del relevo generacional al interior del negocio, dado que el señor Joaquín ha delegado el liderazgo a su hijo, Alexander Medina. Ambos identificaron que los intermediarios están ejecutando procesos de exportación de manera ágil, obteniendo una mayor rentabilidad.

Por tal motivo, se les brindaron las bases fundamentales para iniciar su proceso de exportación directa, explicando los **requisitos legales y logísticos** correspondientes. Adicionalmente, se enfatizó la importancia de identificar el **mercado de interés**, verificando si el país de destino impone aranceles u otras restricciones. Finalmente, se aclaró que para que una negociación internacional sea viable, es indispensable contar con tres elementos clave: **el cliente, el producto y el país objetivo**.



Imagen 33. Asesoría exportadora a la empresa Medina & Herrera SAS

9.8 Asesoría a la empresa Excelsiur Cibus Valle

La empresa **Excelsiur Cibus Valle**, dedicada a la fabricación de productos alimenticios, desarrolla una **mezcla a base de panela con jugo de limón**, destinada a la preparación de bebidas tipo concentrado. En el marco de su interés por iniciar procesos de internacionalización, la empresa solicitó **asesoría en relación con el pago de la cuota de fomento panelero**, con el fin de realizar el **envío de muestras sin valor comercial a Miami, Estados Unidos**.

Asimismo, se requirió **orientación sobre la clasificación arancelaria** del producto para efectos de exportación. Teniendo en cuenta que la asignación de la **subpartida arancelaria** depende de la composición y características técnicas específicas del producto, se recomendó establecer **contacto directo con la ingeniera de calidad de la Federación Nacional de Productores de Panela (Fedepanela)**. FPP Esto permitirá la **revisión detallada de las fichas técnicas** y la correcta determinación de la subpartida correspondiente, conforme a la normativa aduanera vigente.



Imagen 34. Asesoría exportadora a la empresa Excelsiur Cibus Valle

9.9 Asesoría a la empresa Impas Colombia SAS

La empresa Impas Colombia S.A.S., dedicada al comercio al por mayor de productos alimenticios, contactó al área comercial con el fin de conocer el procedimiento para la liquidación de la cuota de exportación de panela requerida para ingresar al mercado australiano. En respuesta, se le brindó información detallada sobre el proceso, incluyendo la dependencia responsable dentro de Fedepanela encargada del trámite, la dirección de contacto

correspondiente y las instrucciones para el diligenciamiento correcto del archivo necesario para gestionar dicho pago.

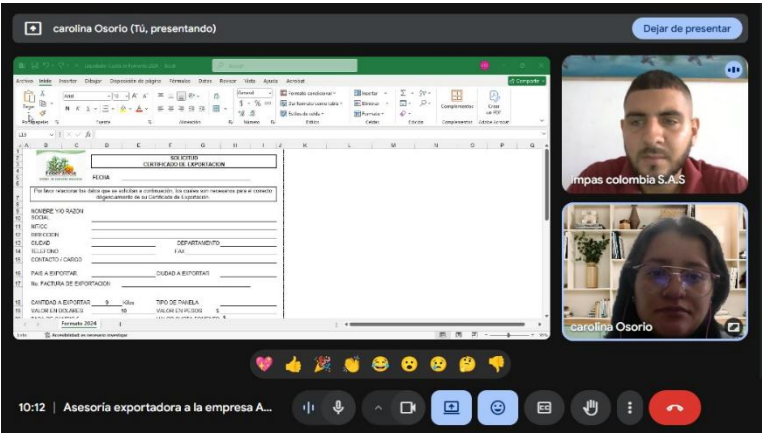


Imagen 35. Asesoría exportadora a la empresa Impas Colombia SAS

Como parte del proceso de asesoría exportadora, se resalta la importancia de la Circular No. 018 del 27 de diciembre de 2024, 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.

Desde el 9 de enero de 2025, se autorizó el uso de 2.987,50 toneladas métricas de panela, bajo el criterio de “primero en llegar, primero en salir”. A lo largo del año, el Ministerio ha informado mensualmente el saldo disponible para los exportadores. Según la publicación del 6 de junio de 2025, el saldo restante era de 1.554 toneladas métricas.

En ese sentido, y dado que el contingente asignado para este año ya ha sido parcialmente utilizado, los exportadores deberán asumir el pago del arancel correspondiente por cualquier envío adicional durante el segundo semestre de 2025, hasta tanto se expida una nueva circular para el año 2026.

CUPO DISPONIBLE DE PANELA TLC 2025			
CANTIDAD INICIAL	USUARIO	UTILIZADO	TOTAL DISPONIBLE
2987,5	HISTORICOS	2774,5377	1,554
	NUEVOS	211,40835	
TOTAL UTILIZADO		2985,9460	

Imagen 36. Uso contingente TLC

Por último, de acuerdo con la Circular No. 012 de 2024 donde se autoriza el uso de 2.581,90 toneladas métricas de panela, correspondiente con la distribución y administración del contingente de exportación de azúcar sin refinar y panela en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC) para el período 2024–2025, dicho Ministerio publicó el pasado 6 de junio los saldos disponibles correspondientes al grupo de panela.

Según dicha publicación, el contingente restante para exportadores nuevos e históricos es de 6,3811 toneladas métricas, mientras que para el grupo de productores nuevos e históricos queda una disponibilidad de 103,939 toneladas métricas, siendo este último porcentaje mayoritariamente asignado a empresas productoras nuevas.

Es importante tener en cuenta que esta circular estará vigente únicamente hasta el 30 de septiembre de 2025. Por lo tanto, las empresas que no cuenten con cupo asignado y deseen exportar con arancel del 0% deberán esperar la expedición de la nueva circular en octubre de 2025, el cual posiblemente conservará el criterio de asignación “primero en llegar, primero en salir”.

CUPO PANELA OMC 2024 - 2025						
Usuario	Cantidad inicial (factor de polarización aplicado)	Asignado	Cantidad Inicial	Asignado	Cantidad Disponible	Total Disponible
EXPORTADORES	1222,166471	HISTORICOS	1099,95	1096,069	3,8801	6,3811
		NUEVOS	122,217	119,716	2,501	
		Total asignado:		1215,785		
PRODUCTORES	1222,166471	HISTORICOS	1099,95	1098,537	1,413	103,939
		NUEVOS	122,217	19,691	102,526	
		Total asignado:		1118,228		

Imagen 37. Uso contingente OMC

*9 Asesorías a procesos de comercialización internacional, con un avance del 50%.

9. Inteligencia de mercados

9.1 Seguimiento a las Exportaciones – primer trimestre 2025

Para el cierre del año 2024 se registraron exportaciones de panela por un valor total de US\$25.373.434. este comportamiento muestra una tendencia claramente ascendente, tanto en términos de volumen como de precio. Lo anterior refleja no solo una mayor demanda internacional, sino también un proceso de consolidación del sector panelero en los mercados internacionales.



Imagen 38. Exportaciones de panela 2014 - 2024

En el transcurso de la última década se evidenció un crecimiento exponencial de las exportaciones de panela, las cuales para el año 2014 fueron de 3.112 toneladas, mientras que para el cierre del 2024 ascendieron a 15.619 toneladas, lo que representó un incremento de un poco más del 400% de producto vendido. Esta evolución es indicativa de un esfuerzo importante por parte del sector para posicionar la panela como un producto con valor agregado en el mercado internacional.



Imagen 39. Destinos de las exportaciones de panela en 2024

Aunque los demás países muestran volúmenes mucho menores en comparación con Estados Unidos y España, la exportación hacia destinos como Canadá, Chile, Países Bajos, Alemania y otros países europeos evidencia una diversificación creciente. Estos mercados, si bien aún pequeños, representan oportunidades de crecimiento que podrían desarrollarse con estrategias adecuadas de promoción, acuerdos comerciales y mejoras logísticas.

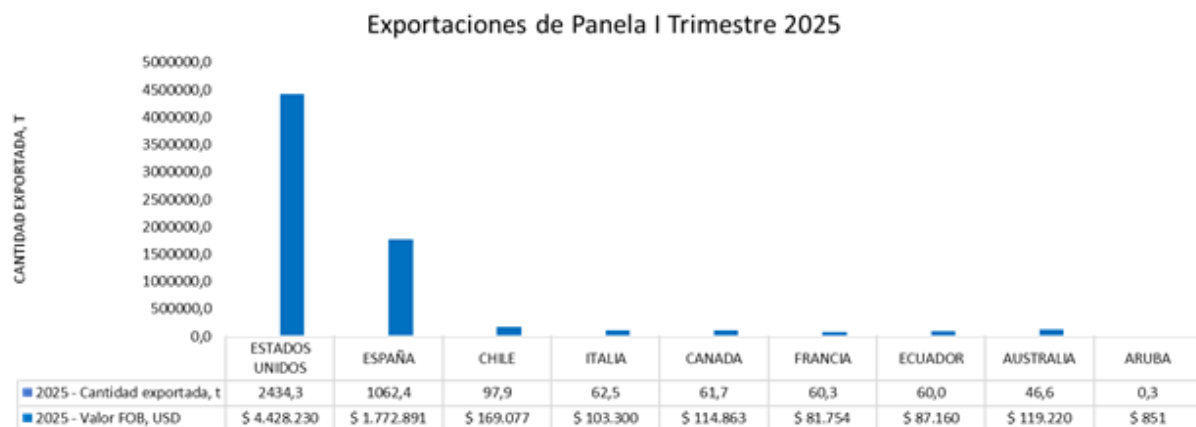


Imagen 40. Exportaciones de panela primer trimestre 2025

En el primer trimestre de 2025, las exportaciones de panela mantuvieron su concentración en dos mercados principales: Estados Unidos y España, que siguen liderando en volumen. Esta continuidad reafirma la fuerte demanda en ambos países, aunque también evidencia la necesidad de reducir la dependencia de estos destinos, especialmente ante los nuevos aranceles impuestos por Estados Unidos.

Concentración de mercado

Los datos revelan que las 10 principales empresas concentran un alto porcentaje del total exportado, lo cual es característico de mercados con barreras de entrada elevadas, acceso preferencial a canales internacionales y economías de escala en producción y logística. Este grupo representa aproximadamente el 69% del volumen total exportado con 10,835 toneladas, lo que indica una fuerte concentración del mercado.

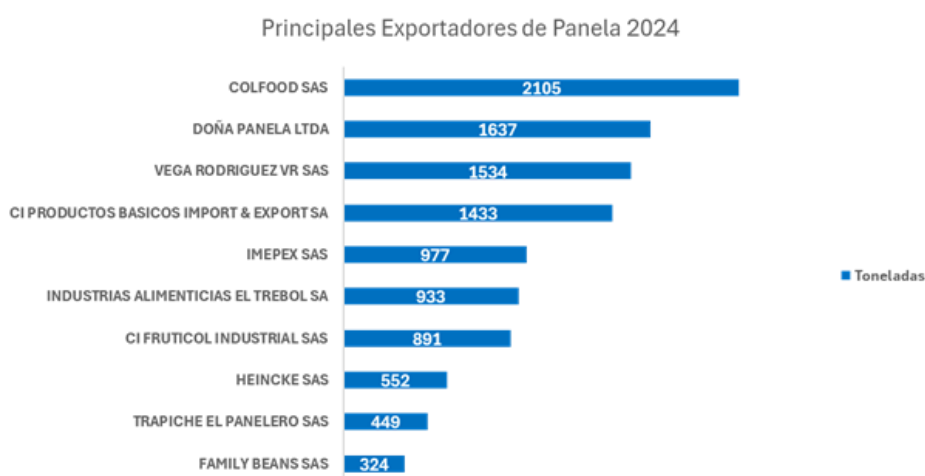


Imagen 41. Principales exportadores de panela 2024

A pesar de la alta concentración en el top 10, existe un gran número de empresas con volúmenes de exportación marginales, muchas incluso por debajo de las 100 toneladas. Esto puede responder a actores que realizan exportaciones esporádicas, pruebas de mercado o cuentan con capacidades limitadas. La existencia de esta “larga cola” sugiere oportunidades de consolidación, alianzas estratégicas o esquemas de asociatividad para incrementar competitividad.

**1 informe de inteligencia de mercados, con un avance del 33%.*

10. Boletines de interés comercial

10.1 Informe de Estudio de Precios y Presentaciones de Panela – Grandes Superficies.

El principal objetivo es analizar la evolución de precios y la oferta de presentaciones de panela exhibidas en góndola en grandes superficies de Bogotá, Boyacá y Santander, con el fin de identificar tendencias del mercado y orientar estrategias comerciales para el gremio panelero.

Esto mediante el estudio que se realizó en dos cortes temporales (febrero y mayo de 2025), observando precios, disponibilidad de marcas y variedad de presentaciones en supermercados seleccionados.

Hallazgos Principales

- Incremento de precios: Se identificó un alza generalizada en los precios de panela en el mes de mayo frente a febrero. Este aumento fue más pronunciado en algunas presentaciones, particularmente en la panela pulverizada, que registró el mayor incremento porcentual.
- Variación entre supermercados: Se evidencian diferencias de precios significativas entre almacenes para las mismas presentaciones, lo que sugiere estrategias diferenciadas de comercialización y posicionamiento por parte de los supermercados.
- Disponibilidad de presentaciones: Algunas presentaciones, como el Sachet, no estuvieron disponibles en todos los establecimientos. Esta situación puede deberse a:
 - Falta de interés comercial por parte de los supermercados.
 - Baja oferta de esta presentación por parte de los productores.
 - Alta rotación, lo que podría indicar un incremento en la demanda de este formato.

Diversidad de origen y mejora productiva: Se observó una amplia gama de presentaciones procedentes de distintas regiones, especialmente Boyacá y Santander, lo que evidencia avances en la diversificación y optimización de la cadena productiva.

En conclusión, el estudio permite establecer que el mercado de panela en grandes superficies presenta señales de dinamismo, con aumentos en precios, variaciones regionales en la oferta y una mayor diversidad de presentaciones. Estos hallazgos son clave para redefinir estrategias de posicionamiento y promoción comercial del sector panelero a nivel nacional.

**1 boletín de interés comercial, con un avance del 50%.*

11. Participación de agro empresas en espacios comerciales.

11.1 Compras públicas, rueda de negocios ADR- Fedepanela.

La rueda de negocios, organizada en conjunto con la Agencia de desarrollo Rural , Gobernación De Cundinamarca y Fedepanela, se llevó a cabo los días 29 y 30 de abril de 2025, en este evento, participaron las agro empresas proveedoras de panela, tales como la Joya SAS, y Asopropanoc, donde se estableció contacto comercial con el operador del PAE de Cundinamarca y PAE Soacha.



Imagen 42. Jhon Ramirez agro empresa la Joya

11.2 Feria de Negocios Verdes CAR.

La feria de negocios verdes; es un evento que tiene como objetivo promover y fortalecer negocios sostenibles y amigables con el medio ambiente. En el desarrollo de la feria, se exhibieron productos y servicios ecológicos, se fomentaron alianzas entre empresarios, productores y entidades públicas buscando impulsar prácticas que contribuyan a la conservación del medio ambiente.

La agro empresa Tropipanela, del municipio de Guaduas Cundinamarca, Vereda Lajitas; participó en la Feria el domingo 04 de mayo del 2025 de 8:00 am - 3:00 pm, representada por Jenny y Margareth Linares, con el apoyo del área comercial.

Logros.

- **Ubicación estratégica:** Se logró una ubicación logística óptima en el Parque de Sopo, exhibiendo panela natural de (500g), panela saborizada y cajas de 25 unidades de sachet con sabores diversificados.
- **Altas ventas:** Se vendió el 80% del producto exhibido.
- **Contactos comerciales:** Se establecieron contactos con compradores privados de Sabana Centro, de los municipios de Sopo, Tocancipá, chía y Cajicá.
- **Encuentro directivo:** Se sostuvo un dialogo con el director de la CAR, Dr. Alfred Ignacio Ballesteros Alarcón, quien confirmó la continuidad del apoyo a programas de negocios verdes e interacción con actores del departamento, en este tipo de emprendimientos.



Imagen 43. Tropicanela y director CAR Alfrehth Ignacio Ballesteros

11.3 Inscripción en Plataforma IICA, rueda de negocios virtual.

Se realizó inscripción en la plataforma del IICA <https://opsaa.iica.int/> del 27 al 30 de mayo. Fedepanela, participa con 3 agro empresas de; Gilberto Hernández, La Joya de Johan Ramírez y Panela Don Pedro Guillen. Esto está orientado a las líneas agroindustriales, la rueda de negocios se llevará a cabo entre el 17 al 21 de junio de 2025, sus productos a exhibir son panelas diversificadas.



Imagen 44. Stan virtual y participantes inscritos

11.4 Participación Expolicores

Fedepanela participó activamente en Expolicores 2025, el evento más importante del sector licorero en Colombia, promoviendo la panela como materia prima para la elaboración de licores artesanales y bebidas con valor agregado. A través de un stand institucional y espacios de diálogo técnico-comercial, se impulsaron alianzas con marcas emergentes y se destacaron los avances en innovación, empaque, normativas técnicas y sostenibilidad. Dentro de la cual participaron las siguientes empresas por medio de Fedepanela:

- Don Augusto
- Coopcultivarte
- Aima Panela

- Jaguar
- El Anil
- Monopamba
- Agrosat
- Placeres
- Licor Matiz
- Licor Tolima
- Chirimbolo
- Aguardiente Artesanal
- Asoseynekun
- Asopropanoc
- Licor Beerraco
- Licor Albanes Caquetá
- 472

La participación cobra especial relevancia en el marco de la **Ley 2005 de 2019**, que reconoce a la panela como Patrimonio Cultural, Gastronómico y Agroindustrial de la Nación, y promueve su transformación en productos como ron artesanal y aguardientes. Este respaldo normativo fortalece la incursión de la panela en nuevas cadenas de valor, aportando a la diversificación y rentabilidad del sector panelero.



Imagen 45. Stand Fedepanela

11.5 Compras públicas; socialización de requerimientos para proveeduría a ICBF.

El 26 de mayo se realizó una socialización de requerimientos para proveeduría al ICBF, con el propósito de informar y aclarar las necesidades específicas de la institución en cuanto a productos para la cadena de suministro de alimentos. Este proceso busca asegurar que las adquisiciones se ajusten a las necesidades y características particulares de cada modalidad de atención que ofrece la entidad.

*23 agro empresas en participación en eventos comerciales con un cumplimiento 100%.

12. Eventos de difusión en temáticas de interés comercial.

12.1 Fenalco Retail del Futuro 2025

Retail del Futuro 2025 fue un evento organizado por Fenalco Valle del Cauca, que congregó a más de 4.000 asistentes y contó con la participación de más de 45 conferencistas nacionales e internacionales. El enfoque del evento se centró en la transformación digital del retail, abordando temas como inteligencia artificial, sostenibilidad, omnicanalidad y nuevas formas de fidelización del cliente.

Entre los espacios destacados del evento se incluyeron:

- Salón del Conocimiento
- Retail Habla:
- HUB E-commerce Xtreme
- Zona de Experiencias
- Rueda de Negocios



Imagen 46. Equipo Área Comercial RDF 2025

Durante la participación en el evento "Retail del Futuro 2025", el equipo comercial desarrolló una agenda técnica y estratégica enfocada en el fortalecimiento de capacidades, el análisis de tendencias, y la construcción de nuevas relaciones comerciales. La presencia en este espacio permitió una inmersión profunda en las temáticas que hoy marcan el rumbo del comercio minorista en América Latina y el mundo.

Uno de los ejes principales fue la asistencia a conferencias magistrales dictadas por expertos internacionales y nacionales, quienes abordaron temas de alta relevancia como la transformación digital del retail, el impacto de la inteligencia artificial en la experiencia del cliente, y las estrategias de sostenibilidad en las cadenas de suministro. Estas sesiones ofrecieron un panorama actualizado de los retos y oportunidades que enfrenta el sector, permitiendo a los asistentes identificar puntos de mejora aplicables al contexto empresarial local.

Además, el equipo tuvo la oportunidad de participar activamente en los espacios del "Retail Habla", donde marcas reconocidas como Juan Valdez, Amazon, Rappi, Farmatodo y Falabella compartieron sus casos de éxito y estrategias innovadoras. Estas intervenciones no solo sirvieron como referentes de buenas prácticas, sino que también generaron reflexiones valiosas sobre la manera en que se pueden adaptar modelos de negocio tradicionales a las nuevas demandas del consumidor digital.

Otro componente clave fue la exploración de tecnologías emergentes en la Zona de Experiencias, un espacio interactivo donde se pudieron conocer soluciones de automatización, analítica avanzada, robots de atención al cliente, realidad aumentada y herramientas para mejorar la logística en punto de venta. Esta visita permitió identificar alternativas tecnológicas viables para modernizar nuestras operaciones comerciales y enriquecer la experiencia del cliente.

Finalmente, se realizó una recopilación de material técnico y promocional entregado por los expositores y se participó en actividades complementarias de networking, lo cual fortaleció el relacionamiento institucional y contribuyó al posicionamiento de la entidad en un ecosistema cada vez más competitivo e interconectado.

12.2 Visita pedagógica Universidad de Cundinamarca.

Se realizó una actividad enfocada en la explicación de todo el proceso de producción de la caña de azúcar, desde el cultivo hasta su etapa final. Inicialmente, el Coordinador Dptal y su equipo técnico de Cundinamarca ofreció una charla acerca del tema, comenzando con el alistamiento del terreno, el cual varía según el tipo de suelo y la ubicación geográfica. También abordó las diferentes formas de siembra y cómo las costumbres locales, profundamente arraigadas, muchas veces impiden la implementación de métodos más adecuados y productivos para el cultivo.

Se mencionaron algunas de las variedades de caña que se cultivan en la región, destacando su adaptación según la zona donde se siembren, así como los abonos recomendados, sus tiempos de aplicación y las labores de limpieza del cultivo. Además, se trataron temas relacionados con las plagas que afectan a la caña, las cuales pueden disminuir considerablemente la producción. Aunque algunas pueden controlarse con productos químicos, otras, como el barrenador, representan un reto mayor por la dificultad de su tratamiento.

Durante la charla también se abordaron los avances tecnológicos aplicados al cultivo de la caña. Entre sus ventajas se destacó la optimización del tiempo de cosecha y la reducción en el uso de mano de obra. No obstante, también se mencionaron desventajas, como el alto costo de mantenimiento de los equipos, el consumo de combustibles y la posible afectación del suelo por pérdida de nutrientes debido a ciertos procesos mecánicos.

Finalmente, se habló sobre los derivados del proceso de producción y cómo pueden ser aprovechados para la elaboración de productos de alimentación animal, lo cual contribuye a un sistema de producción más autosostenible.

En esta etapa del proceso productivo de la panela, el técnico Eduard presentó detalladamente el procedimiento de elaboración, comenzando desde la llegada de la materia prima a la planta de producción. Explicó el proceso de paso por el trapiche, haciendo énfasis en el uso obligatorio de los Equipos de Protección Personal (EPP) en el sitio de producción. También abordó los riesgos derivados del uso inadecuado o la ausencia de estos equipos, una situación común en varias zonas de producción debido a prácticas culturales arraigadas.

Durante la etapa de extracción de jugos, al llegar a los fondos, se realizaron mediciones de grados Brix. Asimismo, se ofreció una explicación sobre los aditivos permitidos por la normativa sanitaria,

los cuales se utilizan con el fin de aclarar o mejorar la calidad y el color de la panela hasta su punto de moldeo.

Por su parte, la directora comercial de Fedepanela, impartió una charla centrada en el empaque del producto final, así como en las normas fitosanitarias que deben cumplir y la participación de la cadena de suministro a mercados potenciales.

Posterior a la visita a la finca del señor Vicente en la vereda de San Cayetano, se realizó una visita a la asociación ASOPROPANOC con el fin de conocer más sobre el proceso de empaque y los productos derivados de la panela. El Coordinador Dptal y técnico de Cundinamarca, realizó un recorrido por las instalaciones, explicando y dando a conocer las distintas máquinas utilizadas para el empaque de la panela en sus diferentes presentaciones, como en bloque, pulverizada y otras variedades de productos que se elaboran allí.

Por su parte, el profesional de calidad del área técnica ofreció una charla sobre la diversificación de productos, especialmente licores, explicando su proceso de extracción mediante evaporación y la separación por calidad del destilado en fracciones como cabezas, cuerpo y cola. De esta forma, se eligen las mejores calidades y se adicionan extractos según el sabor o tipo de licor que se desee elaborar. Se realizó una pequeña degustación para que los asistentes pudieran experimentar las diferencias de calidad y sabor del producto.

En el punto de venta se dieron a conocer otros derivados, como melcochas, licores, mieles saborizadas, entre otros productos obtenidos del proceso, ya sea a partir de mieles o de panela. Finalmente, la jornada concluyó con una degustación de cuajada, que permitió a los asistentes probar las distintas presentaciones, calidades y sabores de la miel.



Imagen 47. Visita pedagógica 2025

*2 eventos de difusión en temáticas de interés comercial, con un cumplimiento del 100%.

13. Conclusiones y recomendaciones

13.1 Conclusiones

Durante el segundo trimestre del año, se consolidó la labor del programa de fortalecimiento comercial como un recurso estratégico para empresas del sector panelero con interés en expandirse hacia mercados internacionales.

La asesoría brindada permitió a seis empresas, incluidas nuevas iniciativas empresariales, acceder a información clave sobre normativas, documentación y tendencias de consumo, mejorando su preparación técnica para enfrentar procesos de exportación.

El enfoque integral del acompañamiento, que abarca desde la identificación de oportunidades de negocio hasta el cumplimiento regulatorio, fortalece la competitividad del sector panelero colombiano frente a las exigencias del comercio global.

Dentro de las siete asesorías a las agro empresas, se evidencia la creciente demanda de los agro empresarios por llevar a cabo cada uno de los procesos que contribuyen a una mejora continua, tanto en su sistema de producción, como en los requerimientos y requisitos técnicos que deben cumplir para poder ofrecer sus productos ya sea a otros nichos de mercado o mejorar la calidad y presentaciones de sus productos actuales y en desarrollo.

Se evidencia un creciente interés por parte de los empresarios en profesionalizar su gestión exportadora, lo que representa un avance hacia la formalización y sostenibilidad de las operaciones internacionales del gremio.

Las Circulares No. 018 y No. 012 del año 2024 han sido instrumentos clave para garantizar la transparencia y el orden en la asignación de cupos bajo el Tratado de Libre Comercio (TLC) y el esquema de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Durante el segundo trimestre del año se consolidaron avances significativos en la estrategia de internacionalización del sector panelero, destacándose una tendencia positiva en el comportamiento de las exportaciones. Esta evolución ha sido impulsada por una mayor aceptación del producto en los mercados internacionales, el reconocimiento de sus atributos diferenciadores y el fortalecimiento institucional para apoyar a los actores del sector en su proceso de alistamiento y comercialización internacional.

Los acercamientos comerciales adelantados durante este periodo permitieron establecer vínculos estratégicos con compradores nacionales e internacionales interesados en la adquisición de panela en diversas presentaciones. Estos espacios de negociación se convirtieron en escenarios clave para validar las capacidades técnicas, productivas y logísticas de los productores y agro empresas, así como para identificar nuevas oportunidades de negocio en mercados tradicionales y emergentes.

La participación en eventos estratégicos como “Retail del Futuro 2025” permitió ampliar el panorama sobre las tendencias globales del comercio, especialmente en aspectos como la transformación digital, la sostenibilidad y la evolución del comportamiento del consumidor. Este espacio ofreció herramientas conceptuales y tecnológicas que enriquecen la visión comercial de las agro empresas y del equipo técnico, aportando elementos clave para el diseño de estrategias más innovadoras y alineadas con el mercado global.

13.2 Recomendaciones

Es prioritario mantener el enfoque integral en la asistencia técnica y comercial a las agro empresas, reforzando los procesos de alistamiento exportador con especial énfasis en la documentación técnica, el cumplimiento normativo y la diferenciación del producto. La continuidad de estas acciones permitirá consolidar el perfil exportador del sector y fortalecer su presencia en los mercados internacionales.

Se recomienda también profundizar en la diversificación de destinos comerciales, explorando mercados alternativos y menos saturados que representen oportunidades de crecimiento para la panela colombiana. Para ello, es fundamental estructurar estrategias diferenciadas de acceso a cada mercado, teniendo en cuenta sus exigencias regulatorias, logísticas y culturales.

Finalmente, es aconsejable aprovechar los aprendizajes obtenidos en espacios de actualización y networking, como las ferias comerciales y los eventos especializados, para incorporar innovaciones en los procesos de promoción, distribución y comercialización. La articulación con el ecosistema digital, la adaptación a nuevas tecnologías y la implementación de modelos de negocio más flexibles pueden marcar la diferencia en la consolidación de la panela como un producto competitivo y de valor agregado a nivel global.

Las empresas paneleras deben mantenerse actualizadas sobre las circulares emitidas por el Ministerio de Comercio, especialmente aquellas que regulan los contingentes arancelarios, y planificar sus exportaciones en función de su vigencia.

Es fundamental iniciar los procesos de preparación documental y técnica con suficiente antelación, dado que la asignación de cupos funciona bajo el principio de “primero en llegar, primero en ser atendido”.

Las empresas deben priorizar el cumplimiento de normativas internacionales como las exigidas por la FDA (en el caso de Estados Unidos), así como gestionar adecuadamente el pago de la cuota parafiscal panelera, requisito indispensable en el proceso exportador.

PROGRAMA DE PROMOCIÓN AL CONSUMO SEGUNDO TRIMESTRE 2025

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 AÑO 2025

Actividad/Indicador	META ANUAL	LOGRO DEL SEGUNDO TRIMESTRE	% ACUMULADO
Participar en ferias y eventos para la promoción del consumo de panela	12	4	50%
Activaciones de productos y/o actividades de BTL	20	6	50%
Divulgación y publicidad en medios masivos y redes	2.800	950	62.5%
Producción y emisión del programa "Tomémonos una agua de panela con" a través de Facebook Live.	20	5	50%
Producción y emisión del programa Panela lovers.	20	5	50%
Producción y emisión del programa "La vida sabe a panela sports"	12	3	50%
Elaboración de diseños gráficos de promoción al consumo	50%	15%	25%
Herramientas para la promoción	X	X	X

INDICADORES DE GESTIÓN SEGUNDO TRIMESTRE 2025

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

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

Indicador: Participación en 4 eventos

Resultado

Bogotá Horse Week – Evento Equino: Los días 11 y 12 de mayo, Fedepanela-, Fondo de Fomento Panelero participó en el evento Bogotá Horse Week, realizado en la Escuela de Unidades Montadas y Equitación del Ejército Nacional. La participación se realizó en alianza con el productor de panela *Nutry Energy*, especializado en alimentación equina y ovina. La marca y el gremio tuvieron una presencia destacada durante la **competencia profesional GTM 2025**, alcanzando una audiencia estimada de **2.000 asistentes**, entre deportistas, criadores, veterinarios y público especializado, visibilizando los **usos alternativos de la panela** en nutrición animal.

XIV Foro Sectorial Agrícola – “Perspectivas Agroindustriales 2025”: El pasado mes de Abril Fedepanela - F.F.P expuso su visión estratégica y la misión del Fondo de Fomento Panelero en el marco del XIV Foro Sectorial Agrícola, ante una audiencia de **20 empresarios del sector agroindustrial**. Se destacaron los avances del gremio en exportaciones de panela durante 2024 y las proyecciones para 2025, así como el potencial del sector en encadenamientos productivos y sostenibilidad rural.

Feria Internacional del Libro de Bogotá – Panel: “El rol de la mujer en el gremio panelero” En alianza con la Universidad UDCA, Fedepanela **desarrolló el primer panel dedicado al liderazgo femenino en el sector panelero**, llevado a cabo el 9 de mayo en el marco de la Feria del Libro de Bogotá. El espacio contó con la participación de dos representantes de la asociación huilense *Isnagro*, visibilizando las historias y aportes de las mujeres paneleras en la transformación del sector.

Expolicores 2025 – Feria Nacional de Licores: Fedepanela tuvo presencia destacada en Expolicores 2025, la feria más importante del país en su categoría, realizada en Bogotá. Donde participaron **17 marcas de licores artesanales a base de caña panelera**, provenientes de **7 departamentos**: Tolima, Cundinamarca, Nariño, Santander, Risaralda, Caldas y Cauca. En total, se vincularon **28 productores paneleros**, logrando impactar a **10.000 visitantes** del público general y **3.000 empresarios** nacionales e internacionales de la industria licorera, fortaleciendo la visibilidad de la panela como ingrediente diferenciador en productos de valor agregado.



Impacto:

- Posicionamiento de la panela en espacios no tradicionales como el mundo equino, la industria licorera y escenarios académicos.
- Vinculación con nuevos públicos: empresarios, académicos, productores y consumidores especializados.

- Fortalecimiento de la imagen del Fondo como promotor del valor agregado, la innovación y la sostenibilidad.

Resultados destacados:

- Presencia en 4 eventos clave con más de 15.000 personas impactadas directamente.
- Alianzas con productores e instituciones como Nutry Energy, UDCA, Ejército Nacional, y asociaciones paneleras regionales.
- Visibilización de usos alternativos de la panela en nutrición animal, liderazgo femenino y productos innovadores como licores artesanales.

Componente: Activaciones de productos y/o actividades BTL

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

Indicador: Participación en 6 activaciones regionales o locales

Resultado

Gremiación Finagro 2025 – Bogotá 23 de mayo | Bogotá:

- Participación destacada del gremio panelero mediante la **articulación de 5 asociaciones** productoras lideradas por mujeres: Agrosiquima, Asogrocaima, Asopaveg, Asprut e Isnagro.
- Exhibición de productos innovadores con valor agregado elaborados a partir de panela.
- Visibilización de los **3 programas de promoción al consumo** del Fondo de Fomento Panelero.
- Impacto : participación de asociaciones de Cundinamarca y Huila,, fortaleciendo la compra directa de los productos a dichas asociaciones vinculadas al evento

1er Simposio Internacional de Seguridad y Protección Ambiental – Santander, Simposio ambiental de escala internacional con enfoque en seguridad y conservación:

- Participación institucional ante delegaciones policiales de **5 países, 8 universidades y 2 Corporaciones Autónomas Regionales.**
- Activación del gremio panelero con **presencia de 5 marcas productoras** locales del departamento de Santander.
- Visibilización de la panela como producto ambientalmente sostenible y culturalmente representativo, con la **campaña Paneleros Conciencia Verde**

II Cumbre de Inteligencia Artificial en el Agro – AgroTIC 2025 - 9 de junio | Cámara de Comercio de Bogotá:

- Participación institucional en evento nacional organizado por el **Ministerio de Agricultura, UPRA, Agrosavia y ESRI Colombia.**
- Fedepanela compartió avances en la **trazabilidad del producto panelero** y su articulación con tecnologías emergentes para el agro.
- Vinculación con desarrolladores, académicos y tomadores de decisión para posicionar la panela como un producto estratégico en escenarios de innovación digital.

Feria de Servicios Gobernación de Caldas – Riosucio, Caldas:

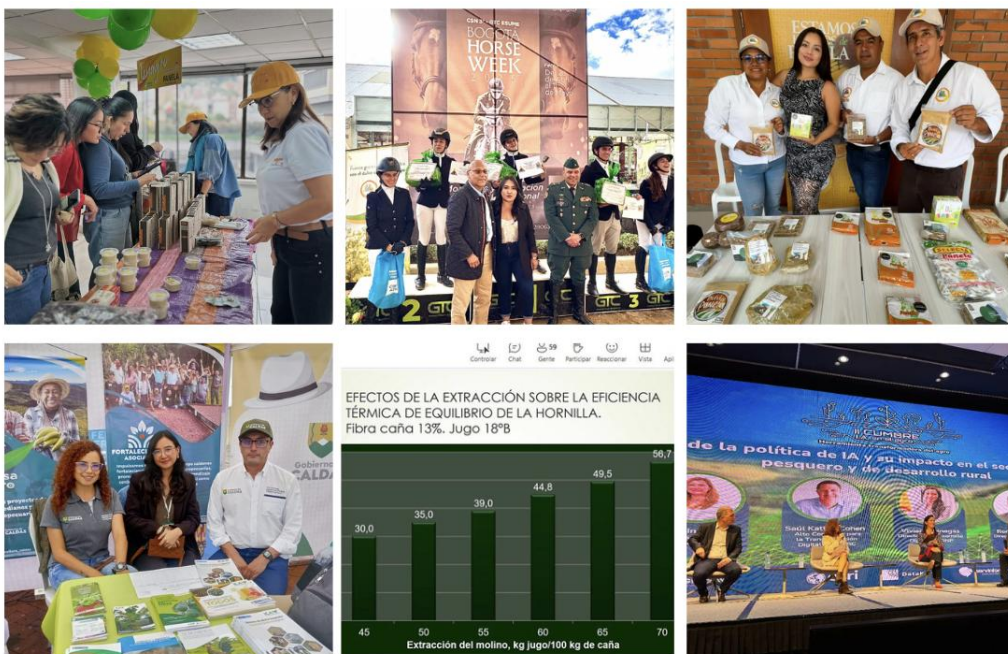
- *Activación regional con productores de municipios paneleros de Caldas, destacando prácticas de valor agregado y sostenibilidad.*
- *Fortalecimiento de la presencia institucional en territorios paneleros tradicionales.*
- *Promoción directa a comunidades rurales y generación de alianzas locales.*

Bogotá Horse Week – Bienestar Animal y Nutrición Equina - Escuela de Equitación del Ejército Nacional:

- Fedepanela lideró la charla técnica **"Diversificación del consumo de panela en nutrición equina"**, orientada a criadores, veterinarios y jinetes junto a Nutry Energy productor de la panela aliado al evento.
- Posicionamiento del uso alternativo de la panela como **suplemento natural** en el cuidado animal.
- Patrocinador de la competencia profesional equina GTM 2025 ante más de **2.000 asistentes**.

Agrosaberes: Herencia y Tecnología para el Campo del Mañana – Cundinamarca - articulación con la Mesa Agroindustrial de la Panela

- *Espacio clave para mostrar avances tecnológicos en el subsector panelero durante los últimos 50 años.*
- *Presentación de aplicaciones de nanotecnología en procesos de producción limpia y sostenible.*
- *Fortalecimiento de capacidades regionales y visibilidad de los productores de panela del departamento.*



Impacto:

- Promoción directa al consumidor en espacios de alto tráfico institucional y comunitario
- Fomento del consumo consciente y sostenible de productos paneleros con valor agregado. Posicionamiento de la panela como producto con potencial tecnológico, ambiental y comercial.

Resultados destacados:

- Realización de 6 activaciones en territorios estratégicos (Caldas, Cundinamarca, Santander, Bogotá).
- Participación de +20 asociaciones y marcas productoras, con énfasis en mujeres rurales y prácticas sostenibles.
- Integración de la panela en escenarios de innovación como la II Cumbre AgroTIC, y en espacios educativos y de bienestar animal.

Componente: Divulgación y publicidad en medios masivos y redes

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.

Indicadores:

1. Publicación, creación y emisión de 820 contenidos de actividades del Fondo de Fomento Panelero. (informe de los canales digitales)
2. Producción, Edición y Emisión de 5 programas regionales “Tomémonos una agua de panela con”
3. Producción, Edición y Emisión de 5 programas regionales de “Panela Lovers”
4. Producción, Edición y Emisión de 3 programas regionales o nacionales de “La vida sabe a panela sports”

Resultado

- **Estrategia de comunicación interna y externa “Emisión de boletines de prensa “Fedepanela Fondo de Fomento Panelero en Acción” :**

Descripción: Plan de divulgación trimestral sobre las acciones del Fondo de Fomento Panelero y Fedepanela en los territorios paneleros, enfocado en medios, aliados, productores, instituciones, actividades, eventos, activaciones, noticias.

Acciones específicas:

- Producción y distribución de **17 boletines** temáticos.
- Coordinación de notas y entrevistas en medios.
- Inclusión de testimonios de paneleros y voceros.

- Envío a mailing de actores del sector agroindustrial.



Se enviaron **2.744 e-mails**, logrando un crecimiento del **815%** en el alcance, con una tasa de apertura del **7%**. Estos resultados reflejan un impacto positivo en la estrategia de email marketing de promoción al consumo.

Impacto en la promoción del consumo:

- Refuerza la confianza del consumidor en el origen y sostenibilidad del producto.
- Genera respaldo institucional y fortalece la marca "panela".
- Posiciona a Fedepanela - Fondo de Fomento Panelero como actor clave del desarrollo rural.

Emisión y creación de 950 contenidos de actividades del fondo estrategia Informe Métricas Canales Digitales Fondo de Fomento Panelero

SEGUIDORES 2° T 2025

24.279

ALCANCE 1° T 2025

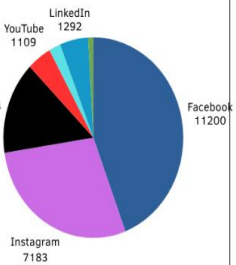
280.331

INTERACCIÓN 1° T 2025

68.012

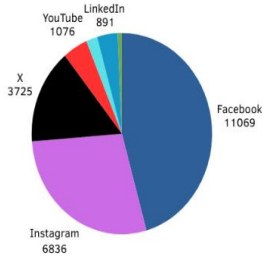
Facebook Instagram X YouTube Tik Tok LinkedIn WhatsApp

SEGUIDORES 1° T 2025



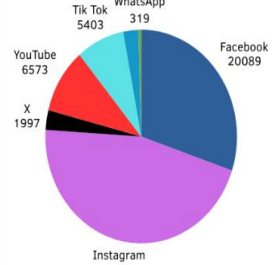
25.331 ↑ Seguidores actuales, el incremento fue de **+1.052 (4,33%)** seguidores en el segundo trimestre de 2025 en las redes sociales del F.F.P.

ALCANCE 1° T 2025



289.012 ↑ Personas alcanzadas con las publicaciones del F.F.P. con un incremento de **+9.009 (3,22%)** para el segundo trimestre de 2025.

INTERACCIÓN 1° T 2025



73.928 ↑ Interacciones obtenidas en redes sociales del F.F.P. con un incremento de **+5.916 (8,7%)** nuevas interacciones en el segundo trimestre de 2025

CONTENIDO DESTACADO



RENDIMIENTO DEL FORMATO

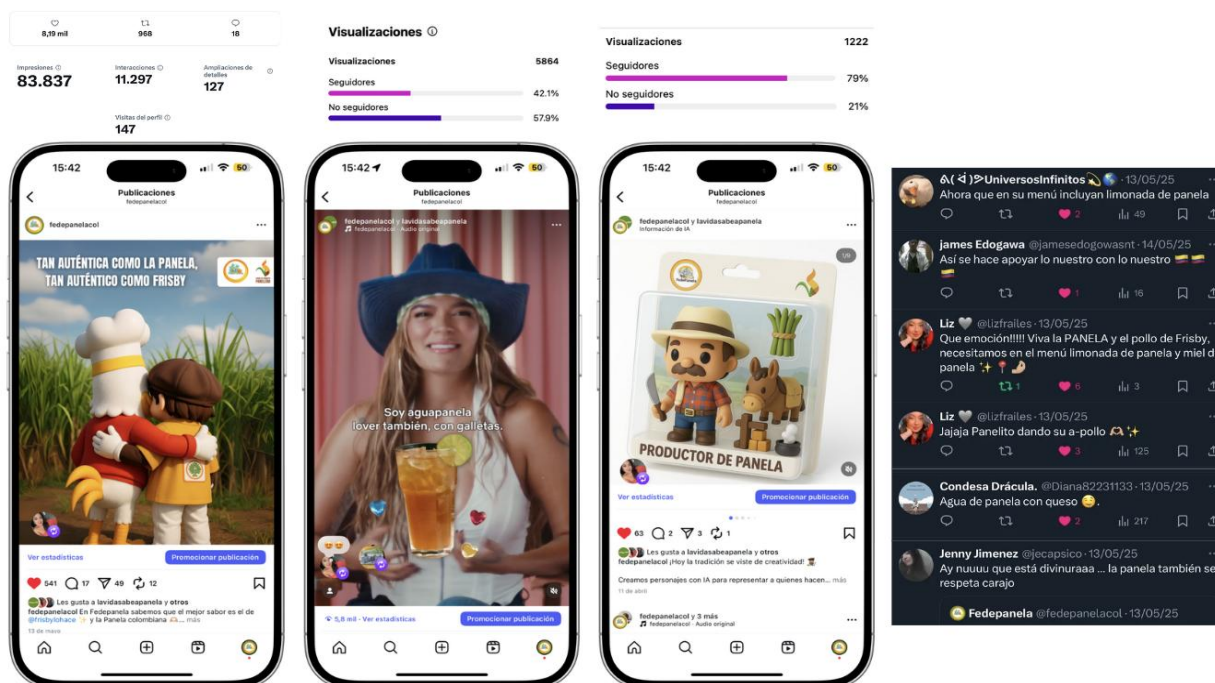


La estrategia digital del Fondo de Fomento Panelero durante el segundo trimestre de 2025 mostró un crecimiento positivo en todas las métricas clave: los seguidores aumentaron un 4,33 %, el alcance un 3,22 % y las interacciones un 8,7 %. Estos resultados reflejan el impacto y la efectividad de los contenidos publicados, fortaleciendo la presencia del gremio panelero en redes sociales y posicionando la panela como un producto representativo y relevante para los públicos digitales.

Contenido destacado en redes sociales en el segundo trimestre de 2025

Diseñamos piezas creativas que conectan la panela con las tendencias culturales y conversaciones del día a día, aprovechando nuevas narrativas digitales y el lenguaje propio de las redes sociales. Apostamos por una comunicación moderna, cercana y altamente compartible, capaz de posicionar a la panela en escenarios no tradicionales.

Entre los contenidos más destacados se encuentran: referencias virales como Pollo Frisby y panela, Karol G y panela, y mockups de personajes del gremio panelero, los cuales generaron un impacto notable con más de 92.000 visualizaciones y 12.000 interacciones, **promoviendo una conversación positiva sobre el consumo de panela en Colombia** y fortaleciendo su presencia en el entorno digital.



5 programas de “Tomémonos una agua de panela” en el Tolima:

Descripción: Serie audiovisual producida por Fedepanela – Fondo de Fomento Panelero, con el objetivo de visibilizar el trabajo del gremio y los actores del campo en diferentes regiones del país, emitido todos los lunes a través del canal digital YouTube

Acciones: Producción, realización y edición de 5 programas regionales en el departamento del Tolima, destacando historias locales e iniciativas que fortalecen el gremio panelero:

1. Presidente departamental de paneleros en Alvarado, Tolima.
2. Jóvenes rurales y tecnificación del gremio en Ibagué.
3. “Panela Medio Día” en Armero.
4. Innovación con destilados derivados de la panela en el Tolima.
5. Liderazgo femenino en la planta de producción de panela, Hacienda El Escobal

Impacto: El programa ha logrado un alcance estimado de **+500.000 personas** a través de su estrategia de contenidos distribuidos en medios de comunicación, redes sociales y espacios educativos. Gracias a la participación activa de **6 productores paneleros**, se han producido narrativas auténticas que fortalecen la identidad del gremio y visibilizan el valor del trabajo rural. Estos contenidos no solo mejoran la percepción del campo colombiano, sino que también posicionan a la panela como un motor de desarrollo territorial frente a públicos urbanos, jóvenes y del sector educativo.



5 programas de “Panella Lovers” en el Tolima:

Descripción: Programa especializado en promover el consumo de panela, destacando emprendimientos y comercios que utilizan la panela en sus preparaciones. Se difunde en TikTok e Instagram con un formato foodie, lenguaje y estética pensados para atraer al público joven.

Acciones: Producción, realización y edición de 5 programas regionales en el departamento del Tolima, destacando los licores artesanales y las historias de productores detrás de estos productos de innovación:

1. Panela Lover : Ron y Aguardiente Matiz
2. Preparación de recetas gourmet con panela El Escobal
3. Panela Lover: Aguardiente de Mangostino y caña panelera
4. Cocteles el Tablazo - Ron Cienfuegos y Makumba
5. Panela lover: Ron Oro Latino

Impacto: Se logró la articulación de 4 asociaciones paneleras del departamento y 3 productores individuales de la región, para un total de 7 actores del sector involucrados en la creación de contenidos, con +250.000 vistas. Esta participación permitió resaltar la autenticidad, el conocimiento local y las prácticas innovadoras del sector panelero. Como resultado, el programa fortaleció la identidad regional, impulsó la economía local conectando a los consumidores con el origen y la riqueza del campo colombiano, promoviendo así el consumo consciente de la panela.



3 programas de “La vida sabe a panela sports”

Descripción: Programa especializado en promover el consumo de panela desde el mundo del deporte, destacando historias reales de deportistas, entrenadores y disciplinas que la integran como fuente natural de energía. Se difunde en TikTok e Instagram con un formato ágil, visualmente dinámico y cercano, pensado para conectar con un público joven, activo y consciente del bienestar.

Acciones: Producción, realización y edición de 3 capítulos de la serie en su tercera temporada resaltando el deporte y la panela tanto en eventos, productos como con deportistas destacados:

1. Nutri Energy (patrocinio de Bogotá Horse Week 2025) - Escuela de Unidades Montadas y Equitación del Ejército Nacional
2. ¿Qué hay detrás de “La Vida Sabe A Panela SPORTS”?
3. Producto: Poder Ancestral (alimento en polvo a base de panela y malta para deportistas) - Piendamó, Cauca

Impacto: la serie “La Vida Sabe a Panela Sports” fortaleció la conexión entre el deporte y la panela como fuente natural de energía, integrando emprendimientos, instituciones y atletas en una narrativa fresca y cercana. Esta temporada ha destacado productos innovadores a base de panela como **Nutri Energy** de Cundinamarca y **Poder Ancestral** de Cauca, visibilizando su potencial en el alto rendimiento. La estrategia digital logró **+110.000 vistas** que conectaron con públicos jóvenes y activos, posicionando la panela como un aliado funcional en el bienestar y la actividad física.



Impacto:

- Amplificación del mensaje panelero a públicos urbanos, digitales, jóvenes y consumidores finales.
- Generación de narrativas positivas que conectan la panela con tendencias actuales, gastronomía, deporte y sostenibilidad.
- Posicionamiento de Fedepanela y el Fondo como referentes del agro en plataformas digitales.

Resultados destacados:

- +950 contenidos digitales emitidos en redes sociales y medios.
- Producción de 13 capítulos audiovisuales de programas (“Tomémonos una agua de panela”, “Panela Lovers”, “La vida sabe a panela Sports”).
- Alcance estimado de +860.000 personas en plataformas digitales.
- Crecimiento en redes sociales: +4,3 % seguidores, +3,2 % alcance, +8,7 % interacciones.
- Casos virales con +92.000 visualizaciones en contenidos disruptivos (Frisby, Karol G, mockups gremiales).

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 :

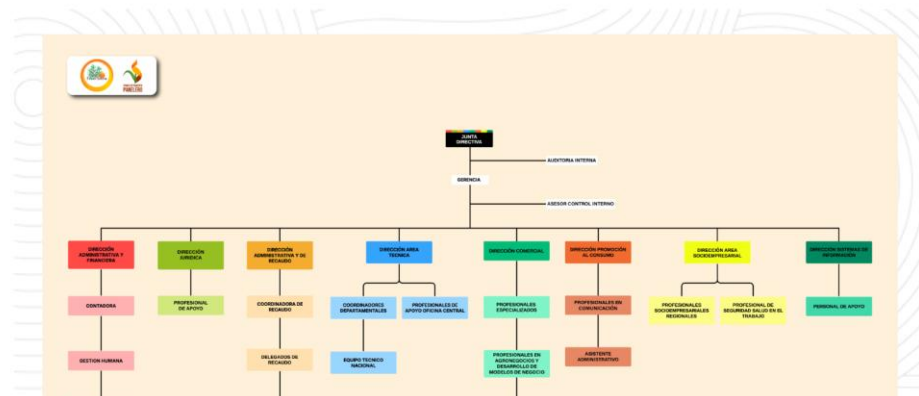
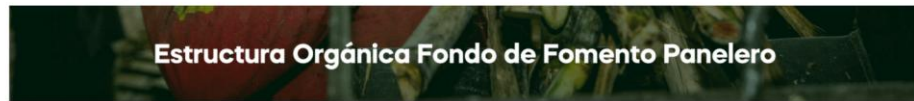
- Elaboración de diseños gráficos de promoción al consumo un aumento del 15% en el trimestre
- Elaboración de material publicitario para las actividades de promoción al consumo del F.F.P, según requerimientos regionales y nacionales de actividades.

Resultado

- **Rediseño página web Fedepanela- Fondo de Fomento Panelero 2025:** Una página web moderna, funcional y actualizada es una herramienta clave para visibilizar las acciones del Fondo de Fomento Panelero y para fortalecer la conexión con consumidores, aliados estratégicos y el gremio panelero. El rediseño permitió mejorar la experiencia del usuario, integrar contenidos multimedia, facilitar el acceso a información sobre la panela y sus beneficios, y posicionar digitalmente la identidad del sector. Además, habilita un canal de contacto directo para campañas de promoción al consumo y acceso a contenidos educativos, eventos y productos.



Estructura orgánica



F.F.P | Ley de Transparencia

1. Mecanismos de contacto con el sujeto obligado Propietario/a
2. Información de Interés
3. Estructura orgánica y talento humano
4. Normatividad
5. Presupuesto
6. Planeación
7. Control
8. Contratación
9. Trámites y Servicios
10. Instrumentos de Gestión de Información Pública
11. Transparencia Pasiva
12. Accesibilidad web
13. Protección de datos personales

Servicios



SERVICIOS

*Servicios prestados al público panelero

\$

Verificación pago
Cuota de Fomento

Certificación pago
Cuota de Fomento

Certificación pago
Cuota de Fomento
para Exportaciones

Capacitaciones
a Productores y
comerciantes

- Creación e impresión de material informativo del Fondo de Fomento Panelero:** Se desarrollaron piezas impresas como plegables informativos, cartillas y material infográfico, que cumplen una doble función: ser herramientas de divulgación directa en ferias, eventos institucionales, actividades territoriales y puntos de venta; y al mismo tiempo fortalecer los procesos de capacitación, socialización y rendición de cuentas. Estos insumos resumen de forma clara y visual las acciones, beneficios, cifras y canales de participación del Fondo, promoviendo el consumo responsable de la panela y destacando su impacto económico, social y ambiental. Su diseño atractivo y su portabilidad fomentan la recordación del mensaje, y sirven de soporte para instituciones educativas, entidades públicas y medios de comunicación, consolidando a Fedepanela como referente técnico del sector panelero.



- Registro de marcas productos de comunicación del Fondo de Fomento Panelero:** El registro legal de las marcas, campañas y productos comunicativos asegura la protección jurídica de la identidad gráfica, los contenidos y los conceptos desarrollados. Esta acción previene el uso indebido por terceros y permite consolidar una identidad propia, sólida y reconocible ante consumidores y aliados. Además, otorga valor estratégico a las herramientas de comunicación y facilita su proyección nacional e internacional como parte

de una política de marca institucional coherente. Marcas en proceso de registro esto articulado con el apoyo de recursos del MADR (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la oficina jurídica de Fedepanela y el abogado de propiedad intelectual contratado por el Fondo para dicho fin: La vida sabe a panela sports, Panela Lovers, Tomémonos una agua de panela con, Con Sabor a Panela y Panelito.



Impacto:

- Mejora de la infraestructura comunicativa institucional y soporte gráfico para todas las acciones del Fondo.
- Aumento en la recordación y apropiación del mensaje panelero a través de medios impresos, digitales y legales.
- Consolidación de una identidad de marca protegida, coherente y proyectada a nivel nacional.

Resultados destacados:

- Rediseño de la página web, mejorando la experiencia digital del usuario y acceso a información clave.
- Diseño e impresión de cartillas, plegables e infografías, fortaleciendo los procesos educativos y de socialización en ferias y actividades territoriales.
- Registro legal de marcas comunicativas como La vida sabe a panela Sports, Panela Lovers y Tomémonos una agua de panela, asegurando la protección de la estrategia de comunicación del Fondo.

INFORME AREA FINANCIERA

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

Cuentas	Aprobado 2025	Ejecutado 2025	% EJEC.
INGRESOS OPERACIONALES	6.217.728.822	1.647.906.526	27%
Cuota De Fomento Panela	5.760.000.000	1.480.074.104	26%
Intereses de Mora	17.000.000	1.103.600	6%
Superávit Vigencias Anteriores	440.728.822	166.728.822	38%
INGRESOS NO OPERACIONALES	28.000.000	7.784.098	28%
Rendimientos Financieros	27.000.000	7.708.921	29%
Otros Ingresos	1.000.000	75.177	8%
TOTAL PRESUPUESTO 2025	6.245.728.822	1.655.690.624	27%

Según certificación expedida por el Contador de la entidad sobre la información reportada en el CHIP
Y el CUIPO a fecha Marzo 31 de 2025,

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

Cuentas	Aprobado 2025	Ejecutado 2025	% EJEC.
Gastos de Funcionamiento	1.560.833.000	331.810.008	21%
SERVICIOS PERSONALES	583.934.000	122.992.822	21%
GASTOS GENERALES	976.899.000	208.817.186	21%
Programa de Inversión	3.943.883.576	829.802.930	21%
GASTOS GENERALES	558.309.000	136.705.457	24%
PROGRAMAS Y PROYECTOS	3.385.574.576	693.097.473	20%
Promoción al Consumo	315.584.000	71.944.217	23%
Transferencia y Extensión	1.793.914.576	335.726.815	19%
Acompañamiento Socio Empresarial	190.000.000	41.100.000	22%
Sistemas de Información Panelero	200.000.000	48.244.395	24%
Sistema de Recaudo Cuota de Fomento	122.000.000	26.046.500	21%
Comercialización	175.000.000	30.926.246	18%
Control a la Evasión	589.076.000	139.109.300	24%
Contraprestación Administración FFp.	576.000.000	148.007.410	26%
Contraprestación Administración FFp	576.000.000	148.007.410	26%
SUBTOTAL PRESUPUESTO	165.012.246	0	0%
Reserva para Futuros Gastos	165.012.246	0	0%
TOTAL PRESUPUESTO 2025	6.245.728.822	1.309.620.348	21%

Reserva 2.6 %

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

Cuentas	Aprobado 2025	Ejecutado 2025	% EJEC.
INGRESOS OPERACIONALES	6.217.728.822	3.305.068.071	53%
Cuota De Fomento Panela	5.760.000.000	3.057.888.173	53%
Intereses de Mora	17.000.000	1.536.500	9%
Superávit Vigencias Anteriores	440.728.822	245.643.398	56%
INGRESOS NO OPERACIONALES	28.000.000	17.873.293	64%
Rendimientos Financieros	27.000.000	17.365.991	64%
Otros Ingresos	1.000.000	507.302	51%
TOTAL PRESUPUESTO 2025	6.245.728.822	3.322.941.364	53%

Según certificación expedida por el Contador de la entidad sobre la información reportada en el CHIP
Y el

PRESENTACIÓN Y APROBACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS A 31 DE MARZO DEL 2025

	<u>Nota</u>	%	<u>2025</u>		<u>2024</u>	%
ACTIVO						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	5					
Caja		\$	8.050.555	\$	16.806.382	-52%
Cuentas Corrientes y de Ahorros		\$	912.523.009	\$	821.717.650	11%
Total efectivo y equivalentes de efectivo		\$	920.573.564	\$	838.524.032	10%
CUENTAS POR COBRAR	6					
Rentas Parafiscales		\$	122.498.814	\$	98.810.207	24%
Otros Deudores		\$	8.131.633	\$	3.913.862	108%
Total Cuentas por cobrar		\$	130.630.447	\$	102.724.069	27%
INVENTARIO	7					
Rollos de Cinta		\$	43.176.677	\$	15.257.659	183%
Total inventario		\$	43.176.677	\$	15.257.659	183%
PROPIEDADES Y EQUIPO	8					
Equipos de Computación		\$	99.337.000	\$	99.337.000	0%
Equipos y Maquinas de Oficina		\$	36.499.998	\$	36.499.998	0%
Depreciación Acumulada		\$	(82.962.501)	\$	(71.475.802)	16%
Total propiedades y equipo, neto			52.874.497		64.361.196	-18%
OTROS ACTIVOS						
Anticipos a Proveedores y de Viaje		\$	1.045.475	\$	4.567.750	-77%
Total otros activos		\$	1.045.475	\$	4.567.750	-77%
TOTAL ACTIVO		\$	1.148.300.660	\$	1.025.434.707	12,0%

Según certificación expedida por el Contador de la entidad sobre la información reportada en el CHIP Y el CUIPO a fecha Marzo 31 de 2025,

PASIVO					
	<u>Nota</u>	%	<u>2025</u>	<u>2024</u>	%
Cuentas por pagar	9				
Adquisición de Bienes y Servicios Nacionales		\$	154.678.950	\$ 218.721.642	-29%
Retención de Ica		\$	1.404.486	\$ 972.751	44%
Retención en la Fuente e Impuesto de Timbre		\$	3.430.702	\$ 1.385.313	148%
Otras Cuentas por Pagar		\$	16.939.867	\$ 11.753.889	44%
Recaudos a Favor de Terceros		\$	77.734.892	\$ 50.415.320	54%
Total Cuentas por Pagar		\$	254.188.897	\$ 283.248.916	-10%
BENEFICIOS A EMPLEADOS	10				
Beneficios a Empleados		\$	45.564.309	\$ 37.515.833	21%
TOTAL PASIVO		\$	299.753.206	\$ 320.764.749	-6,6%
FONDO SOCIAL					
	<u>Nota</u>	%	<u>2025</u>	<u>2024</u>	%
PATRIMONIO	12				
Capital Parafiscal		\$	394.378.241	\$ 394.378.241	0%
Resultados Acumulados		\$	245.074.830	\$ 116.805.223	110%
Excedente o Déficit del Ejercicio		\$	217.629.412	\$ 202.021.522	8%
Adopción por Primera Vez		\$	(8.535.028)	\$ (8.535.028)	0%
TOTAL FONDO SOCIAL		\$	848.547.455	\$ 704.669.958	20,4%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$	1.148.300.660	\$ 1.025.434.707	12,0%

FONDO DE FOMENTO PANELERO
ESTADO DE RESULTADOS
A 31 de Marzo de 2025 Y 2024
(Cifras en Pesos Colombianos)

	<u>Nota</u>	<u>2025</u>	<u>2024</u>	%
RENTAS PARAFISCALES	13			
Rentas Parafiscales		\$ 1.502.203.072	\$ 1.331.466.615	12,8%
Devoluciones y Descuentos		\$ 0	\$ -	0%
Total Rentas Parafiscales		\$ 1.502.203.072	\$ 1.331.466.615	12,8%
OTROS INGRESOS				
Financieros	13,1	\$ 7.708.921	\$ 7.375.652	4,5%
Ingresos Extraordinarios		75.177	2.629	2759,9%
Total Otros Ingresos		\$ 7.784.098	\$ 7.378.280	5,5%
TOTAL INGRESOS		\$ 1.509.987.170	\$ 1.338.844.895	12,8%

<u>GASTOS</u>		<u>2025</u>	<u>2024</u>	<u>%</u>
ADMINISTRACIÓN				
Sueldos		\$ 118.672.959	\$ 111.579.694	6,4%
Gastos de Personal Diversos	14	\$ 215.617.748	\$ 172.419.118	25,1%
Gastos Generales		\$ 937.729.015	\$ 840.200.244	11,6%
Impuestos, Contribuciones y Tasas		\$ 3.718.914	\$ 4.203.981	-11,5%
Total Gastos de Administración		\$ 1.275.738.636	\$ 1.128.403.038	13,1%
DEPRECIACIONES				
Equipo de Oficina		\$ 1.825.002	\$ 1.825.002	0,0%
Computo y Comunicaciones		\$ 1.046.670	\$ 1.046.671	0,0%
Total Gastos por Depreciación		\$ 2.871.672	\$ 2.871.673	0,0%
OTROS GASTOS				
Gastos Bancarios	14,1	\$ 10.078.145	5.548.265	81,6%
Gastos Diversos		\$ 3.669.305	\$ 397	923228%
Total Otros Gastos		\$ 13.747.450	\$ 5.548.663	147,8%
TOTAL GASTOS		\$ 1.292.357.759	\$ 1.136.823.373	13,7%
RESULTADO DEL EJERCICIO		\$ 217.629.412	\$ 202.021.522	7,7%

PRESENTACIÓN Y APROBACIÓN DEL ACUERDO DE GASTOS E INVERSIÓN N° 05

Acuerdo No. 005 de 2.025

“Acuerdo por medio del cual se ajusta el presupuesto de ingresos y gastos del Fondo de Fomento Panelero para la vigencia fiscal del año 2025”

Recaudo Cuota de Fomento Panelero \$177.888.173.00

Adicionar al presupuesto de ingresos un mayor valor recaudado por cuota de fomento en panela originado principalmente en el incremento de la resolución para el primer semestre de la vigencia de acuerdo con el siguiente detalle.

Presupuesto Aprobado a junio 30	2.880.000.000
Valor Recaudado junio 30	3.057.888.173
Mayor Valor Recaudado	177.888.173

Contraprestación Administración Cuota de Fomento \$17.788.817.00

Adicionar al presupuesto de gastos el 10% correspondiente a la contraprestación por administración de Cuota de Fomento Panelero de acuerdo con lo establecido en el numeral 7 del artículo octavo de la Ley 40 de 1990.

Administradora de Riesgos Laborales ARL \$2.282.584.00

Que la asesora de Administradora de Riesgos Laborales ARL considero que los funcionarios que se dedican al recaudo de la cuota de fomento panelero estaban en riesgo I mínimo (0.522%) y debían pertenecer a riesgo III medio (2.436%) medio por lo tanto se hace necesario ajustar dicho rubro de acuerdo con el siguiente detalle:

Mes	Base Liquidación	ARL	%
Enero	28,183,733	148,557	0.53%
Febrero	28,164,000	147,457	0.52%
Marzo	30,564,000	159,857	0.52%
Abril	29,366,000	597,857	2.04%
Mayo	29,366,000	597,857	2.04%
Junio	29,366,000	597,857	2.04%
Julio	29,366,000	597,857	2.04%
Agosto	29,366,000	597,857	2.04%
Septiembre	29,366,000	597,857	2.04%
Octubre	29,366,000	597,857	2.04%
Noviembre	29,366,000	597,857	2.04%
Diciembre	29,366,000	597,857	2.04%
	TOTAL	5,836,584	
	Valor Aprobado	3,554,000	
	Valor a Reajustar	2,282,584	

Honorarios Auditoría Interna \$20.398.000.00

Que el contrato de la Auditoría Interna del Fondo de Fomento Panelero a cargo de la empresa Garssa Consulting SAS terminaba a marzo 31 de 2025. La ejecución de dicho contrato para el periodo comprendido entre el 1 de enero a marzo 31 de la vigencia era por valor de \$21.825.000.00

Que en el proceso de selección de la nueva empresa auditora fue seleccionada la empresa Kreston Colombia Auditores y para el periodo comprendido entre el 1 de abril a diciembre 31 de 2025 de acuerdo con la propuesta presentada se ejecuta por la suma de \$50.337.000.oo

Que el valor presupuestado para la vigencia 2025 era por valor de \$92.560.000.oo por lo tanto se hace necesario ajustar la diferencia en el presupuesto de gastos de la vigencia.

Disminuir del presupuesto de gastos el valor no ejecutado para la vigencia 2025 del contrato de Auditoría Interna de acuerdo con el siguiente detalle.

Valor Aprobado Vigencia 2025	92.560.000,00
Valor Ejecutado Garssa Consulting SAS Enero a marzo de 2025	21.825.000,00
Valor ejecutado Kreston Colombia Auditores Abril a diciembre de 2025	50.337.000,00
Saldo Sin Ejecutar Vigencia 2025	20.398.000,00

Reajuste Salarios y Prestaciones Sociales IPC 2024 \$2.792.530.oo

Que dado que el ajuste salarial presupuestado para la vigencia 2025 aprobado en el presupuesto 2025 fue de 6% (IPC estimado cierre2024) y que el IPC al cierre de la vigencia 2024 fue de 5,2%, por lo tanto se hace necesario ajustar el Anexo No.5, con el incremento del 5,2%.

Que para el cargo del Director Administrativo y de Recaudo no se reajusto al IPC de la vigencia por lo tanto el Administrador del Fondo reintegrara dicho valor correspondiente a los meses de enero a agosto de la vigencia; una vez la Auditoria Interna del Fondo de Fomento revise la liquidación del mismo.

En el cuadro siguiente consolida el valor de la vigencia de los funcionarios del Fondo de Fomento Panelero para la vigencia 2025 mas el valor correspondiente a los meses de

septiembre a diciembre de 2025 del Director Administrativo y de Recaudo del Fondo de Fomento Panelero.

RUBRO PRESUPUESTO	Ajuste IPC Vigencia 2025	* Ajuste lpc Sep - Dic /2025 Director Administrativo.	Diferencia
SALARIOS	1,632,000	188,288	1,820,288
CESANTIAS	136,000	15,691	151,691
INT. SOBRE CESANTIAS	17,000	1,884	18,884
PRIMA LEGAL	136,000	15,691	151,691
VACACIONES	82,000	7,844	89,844
SALUD, PENSIÓN Y ARL	352,000	43,188	395,188
CAJAS DE COMPENSACIÓN	65,000	7,532	72,532
ICBF	50,000	5,648	55,648
SENA	33,000	3,764	36,764
TOTAL	2,503,000	289,530	2,792,530

ARTÍCULO PRIMERO: Aprobar la adición al presupuesto de Ingresos para la vigencia del 2025 la suma de \$177.888.173.oo CIENTO SETENTA Y SIETE MILLONES OCHOCIENTOS OCHENTA Y OCHO MIL CIENTO SETENTA Y TRES PESOS MCTE.

ACUERDA:

ARTÍCULO PRIMERO: Aprobar la adición al presupuesto de Ingresos para la vigencia del 2025 la suma de \$177.888.173.oo CIENTO SETENTA Y SIETE MILLONES OCHOCIENTOS OCHENTA Y OCHO MIL CIENTO SETENTA Y TRES PESOS MCTE

Acreditar

Ingresos Operacionales	177.888.173
Cuota de Fomento Panela	177.888.173
TOTAL INGRESOS	177.888.173

ARTÍCULO SEGUNDO: Aprobar la adición del presupuesto de Gastos de Funcionamiento para la vigencia 2025 por valor de \$20.071.401.oo VEINTE MILLONES SETENTA Y UN MIL CUATROSCIENTOS UN PESOS MCTE de acuerdo con el siguiente detalle:

Acreditar

Servicios Personales	2,282,584
Salud, Pensión y ARL	2,282,584
Contraprestación por Administración	17,788,817
Contraprestación por Administración	17,788,817
TOTAL, Créditos	20,071,401

ARTÍCULO TERCERO: Disminuir el presupuesto de gastos de Funcionamiento e la suma de \$23.190.530.00 VEINTITRES MILLONES CIENTO NOVENTA MIL QUINIENTOS TREINTA PESOS MCTE. De acuerdo con el siguiente detalle:

Disminuir

Servicios Personales	2.792.530
Salarios	1.820.288
Cesantías	151.691
Intereses Sobre Cesantías	18.884
Prima Legal	151.691
Vacaciones	89.844
Salud, Pensión y ARL	395.188
Cajas de Compensación	72.532
ICBF	55.648
SENA	36.764
Gastos Generales	20.398.000
Honorarios Auditoria y Asesoría Jurídica	20.398.000
TOTAL, DISMINUIDO	23.190.530

ARTÍCULO CUARTO: Adicionar el presupuesto de gastos de Funcionamiento e Inversión, Rubro Reservas para Futuros Gastos la suma de \$181.007.302.00 CIENTO OCHENTA Y UN MILLONES SIETE MIL TRESCIENTOS DOS PESOS MCTE.