



INFORME GESTIÓN SEGUNDO TRIMESTRE 2026 FFP

1. Informe de Recaudo

2. Informe Programa Extensión Agropecuaria

3. Informe Programa Socioempresarial

4. Informe Sistemas de Información Panelero-SIPA

4.1. Informe Sistemas de Recaudo panelero

5. Informe Programa Acompañamiento Comercial

6. Informe Programa Promoción al Co



1. INFORME GESTIÓN PRIMER TRIMESTRE 2026 Y AVANCE SEGUNDO TRIMESTRE 2026.

INFORME INGRESOS CUOTA DE FOMENTO PANELERO CORTE A 31 DE MARZO DE 2026:

Período: enero – marzo 2025 vs. enero – marzo 2026

Durante el primer trimestre de 2026, el recaudo de la Cuota de Fomento Panelero presentó un comportamiento significativamente superior al registrado en el mismo período de 2025. Este resultado se explica tanto por el incremento en el precio de resolución por kilogramo liquidado, que pasó de \$4.123 en 2025 a \$5.634 en 2026, como por un posible aumento en los volúmenes de producción y comercialización formal reportados al Fondo.

MESES DE RECAUDO CUOTA FOMENTO PANELERO	2025	2026	VARIACION EN \$	VARIACIÓN EN %	CUMPL. PPTO
Enero	\$ 464.407.081	\$ 617.323.051	\$ 152.915.970	33%	110%
Febrero	\$ 470.269.992	\$ 519.818.924	\$ 49.548.933	11%	93%
Marzo	\$ 545.397.032	\$ 667.510.713	\$ 122.113.681	22%	119%

Análisis preliminar:

Período: enero – marzo 2025 vs. enero – marzo 2026

Durante el primer trimestre de 2026, el recaudo de la Cuota de Fomento Panelero presentó un comportamiento significativamente superior al registrado en el mismo período de 2025. Este resultado se explica tanto por el incremento en el precio de resolución por kilogramo liquidado, que pasó de \$4.123 en 2025 a \$5.634 en 2026, como por un posible aumento en los volúmenes de producción y comercialización formal reportados al Fondo.

Efecto del incremento en la tarifa de recaudo:

El valor de la cuota por kilogramo aumentó de \$4.123 a \$5.634, equivalente a un incremento de aproximadamente 36,6% entre ambos periodos. Bajo condiciones de producción constantes, este ajuste tarifario habría generado por sí solo un incremento importante en los ingresos del Fondo.

No obstante, al comparar el crecimiento efectivo del recaudo (22% acumulado), se observa que éste fue inferior al aumento porcentual de la tarifa. Esto sugiere que, aunque la mayor cuota de recaudo impulsó los ingresos, el volumen de kilogramos sujetos al cobro presentó una disminución relativa frente al año anterior.

Cumplimiento presupuestal:

El comportamiento mensual frente al presupuesto muestra resultados favorables:

- Enero: cumplimiento del 110%, superando la meta programada.
- Febrero: cumplimiento del 93%, ubicándose ligeramente por debajo de lo presupuestado.



- Marzo: cumplimiento del 119%, constituyéndose en el mejor desempeño del trimestre.

El promedio trimestral evidencia una ejecución satisfactoria, con una tendencia positiva en la recuperación del recaudo durante marzo.

El recaudo de la Cuota de Fomento Panelero durante el primer trimestre de 2026 alcanzó \$1.804,7 millones, superando en \$324,6 millones (22%) el obtenido en igual período de 2025. El principal factor explicativo fue el aumento de la tarifa de recaudo por kilogramo, que creció 36,6%. Sin embargo, el crecimiento del recaudo fue menor al incremento tarifario, lo que evidencia una reducción estimada en los volúmenes gravados de aproximadamente 10,8%. A pesar de ello, el Fondo mantuvo niveles de recaudo superiores a los presupuestados en dos de los tres meses analizados, reflejando una gestión favorable de los ingresos durante el período evaluado.

Análisis Histórico por centros de costo:

CENTRO DE RECAUDO	ENE-MAR 2025	ENE-MAR 2026	VARIACION EN \$	VARIACION %
ANCUYA	\$ 29.204.000	\$ 41.208.000	\$ 12.004.000	41%
ANTIOQUIA	\$ 160.066.628	\$ 244.180.715	\$ 84.114.087	53%
ALMACENES DE CADENA	\$ 324.497.726	\$ 386.461.632	\$ 61.963.906	19%
BOYACA	\$ 140.342.717	\$ 168.345.052	\$ 28.002.335	20%
CALDAS	\$ 42.771.438	\$ 38.249.976	-\$ 4.521.462	-11%
CAQUETA	\$ -	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	100%
CAUCA	\$ 17.001.933	\$ 24.300.067	\$ 7.298.134	43%
CUNDINAMARCA	\$ 117.722.974	\$ 117.613.218	-\$ 109.756	0%
EL TAMBO	\$ 39.394.272	\$ 70.834.908	\$ 31.440.636	80%
HUILA	\$ 78.523.913	\$ 91.299.799	\$ 12.775.886	16%
NARIÑO	\$ 56.407.408	\$ 75.059.011	\$ 18.651.603	33%
QUINDIO	\$ 16.448.705	\$ 20.026.673	\$ 3.577.968	22%
NORTE DE SANTANDER	\$ 9.757.173	\$ 11.016.327	\$ 1.259.154	13%
RISARALDA	\$ 54.924.182	\$ 61.191.575	\$ 6.267.393	11%
SANTANDER	\$ 11.977.075	\$ 19.240.577	\$ 7.263.502	61%
TOLIMA	\$ 31.591.942	\$ 43.829.890	\$ 12.237.948	39%
VALLE	\$ 94.545.769	\$ 113.047.135	\$ 18.501.366	20%
VILLETEA	\$ 32.730.814	\$ 47.125.632	\$ 14.394.818	44%
OFICINA PRINCIPAL BOGOTA	\$ 133.649.458	\$ 138.205.847	\$ 4.556.389	3%
SOCORRO	\$ 28.263.500	\$ 56.613.882	\$ 28.350.382	100%
SANTANDER RIO SUAREZ	\$ 55.372.929	\$ 28.802.802	-\$ 26.570.127	-48%
RECAUDO VIG. ANTERIORES	\$ 4.879.548	\$ 6.643.471	\$ 1.763.923	36%
DIRECCION DE RECAUDO	\$ -	\$ -	\$ -	0%
CAJA PRINCIPAL	\$ 1.480.074.104	\$ 1.804.652.688	\$ 324.578.584	22%

El recaudo consolidado de la Cuota de Fomento Panelero registró un crecimiento de 22%, al pasar de \$1.480,1 millones en 2025 a \$1.804,7 millones en 2026. Este comportamiento estuvo influenciado por el incremento de la tarifa de recaudo por kilogramo y por variaciones en los niveles de producción, comercialización y formalización de los aportantes en cada región.



- **ANCUYÁ (+41%):** El recaudo aumentó en \$12,0 millones, alcanzando un crecimiento del 41%, superior al promedio nacional. Este resultado puede asociarse a una mayor comercialización formal de panela, incremento en los volúmenes reportados por los productores de la zona y un efecto positivo de la actualización de la cuota de recaudo.
- **ANTIOQUIA (+53%):** Presenta uno de los mayores incrementos absolutos (\$84,1 millones) y relativos (53%). Este comportamiento evidencia una recuperación importante de la actividad panelera regional, una mayor base de aportantes activos y un fortalecimiento de los procesos de recaudo y fiscalización.
- **ALMACENES DE CADENA (+19%):** El recaudo creció en \$62,0 millones. Aunque el crecimiento es inferior al promedio del aumento tarifario, refleja estabilidad en los canales de comercialización formal y una demanda sostenida del producto en grandes superficies.
- **BOYACÁ (+20%):** Registra un incremento de \$28,0 millones, alineado con el crecimiento nacional. El comportamiento sugiere estabilidad en la producción y comercialización regional, con un efecto principalmente explicado por la actualización de la tarifa de recaudo.
- **CALDAS (-11%):** Presenta una disminución de \$4,5 millones. Esta reducción puede estar asociada a menores volúmenes de producción reportados, dificultades climáticas, disminución temporal de la actividad productiva o menor comercialización formal durante el período analizado.
- **CAQUETÁ (+100%):** Inicia recaudo en 2026 con \$1,4 millones, frente a ausencia de recaudo en 2025. Este resultado refleja la incorporación de nuevos aportantes, procesos de formalización o recuperación de recaudos que no se habían registrado en la vigencia anterior.
- **CAUCA (+43%):** El recaudo aumenta en \$7,3 millones, mostrando un crecimiento significativo. Este comportamiento podría obedecer a mayores niveles de producción comercializada y a una mejora en la cobertura de recaudo en la región.
- **CUNDINAMARCA (0%):** Mantiene prácticamente el mismo nivel de recaudo de la vigencia anterior. La estabilidad indica que los menores volúmenes gravados compensaron parcialmente el incremento de la tarifa, manteniendo el recaudo constante.
- **EL TAMBO (+80%):** Presenta uno de los mayores crecimientos relativos del período, con un incremento de \$31,4 millones. Este resultado puede asociarse a una recuperación importante de la actividad productiva local y a una mayor formalización de productores y comercializadores.
- **HUILA (+16%):** El recaudo aumenta en \$12,8 millones. Aunque el crecimiento es positivo, se ubica por debajo del promedio nacional, lo que podría indicar una ligera disminución en los volúmenes comercializados frente al año anterior.
- **NARIÑO (+33%):** Registra un incremento de \$18,7 millones, reflejando un desempeño favorable de la actividad panelera regional y una adecuada dinámica de recaudo durante el trimestre.
- **QUINDÍO (+22%):** Presenta un crecimiento equivalente al promedio nacional. El aumento de \$3,6 millones indica estabilidad en la actividad económica del sector panelero regional y un comportamiento consistente con el efecto tarifario.



- NORTE DE SANTANDER (+13%): El recaudo crece en \$1,3 millones, por debajo del promedio general. Este comportamiento podría reflejar menores volúmenes gravados o una desaceleración en la comercialización formal del producto.
- RISARALDA (+11%): Aumenta en \$6,3 millones. El crecimiento moderado sugiere estabilidad en la producción, aunque con una dinámica inferior a la observada en otras regiones paneleras del país.
- SANTANDER (+61%): Registra un crecimiento destacado de \$7,3 millones. El resultado evidencia una recuperación importante del recaudo, posiblemente derivada de mayores volúmenes comercializados y mejoras en los procesos de control y recaudo.
- TOLIMA (+39%): El incremento de \$12,2 millones refleja una dinámica favorable del sector panelero regional, impulsada por mayores reportes de producción y una mejor gestión de recaudo.
- VALLE DEL CAUCA (+20%): Presenta un crecimiento de \$18,5 millones, manteniendo un comportamiento estable y coherente con la tendencia nacional.
- VILLETA (+44%): El recaudo aumenta en \$14,4 millones, mostrando una expansión significativa. Considerando la importancia de la región como centro tradicional de producción panelera, este resultado puede asociarse a mayores volúmenes comercializados y fortalecimiento de los mecanismos de recaudo.
- OFICINA PRINCIPAL BOGOTÁ (+3%): Presenta una variación mínima de \$4,6 millones. La estabilidad del recaudo evidencia un comportamiento constante de los aportantes gestionados desde este centro y una baja variabilidad en las operaciones registradas.
- SOCORRO (+100%): El recaudo se duplica al pasar de \$28,3 millones a \$56,6 millones. Este resultado constituye uno de los crecimientos más relevantes del período y puede obedecer a procesos exitosos de recuperación de cartera, ampliación de la base de aportantes o incremento significativo de la producción formal.
- SANTANDER RÍO SUÁREZ (-48%): Registra la mayor disminución del período, con una reducción de \$26,6 millones. Este comportamiento puede estar asociado a menores volúmenes de producción reportados, desplazamiento de aportantes hacia otros centros de recaudo, dificultades operativas o disminución temporal de la actividad económica regional. Se recomienda realizar un análisis detallado de esta regional debido a su impacto negativo sobre el recaudo consolidado.
- RECAUDO VIGENCIAS ANTERIORES (+36%): El incremento de \$1,8 millones evidencia una gestión favorable en la recuperación de obligaciones pendientes de períodos anteriores, fortaleciendo los ingresos corrientes del Fondo.

El crecimiento total del recaudo (22%) fue impulsado principalmente por Antioquia, Almacenes de Cadena, El Tambo, Boyacá, Nariño y Villeta, que aportaron la mayor parte de la variación positiva.

Los mayores crecimientos relativos se registraron en Socorro (100%), Caquetá (100%), El Tambo (80%), Santander (61%) y Antioquia (53%).

Los únicos centros con variaciones negativas fueron Santander Río Suárez (-48%) y Caldas (-11%), siendo Santander Río Suárez el principal factor que redujo el crecimiento potencial del recaudo nacional.

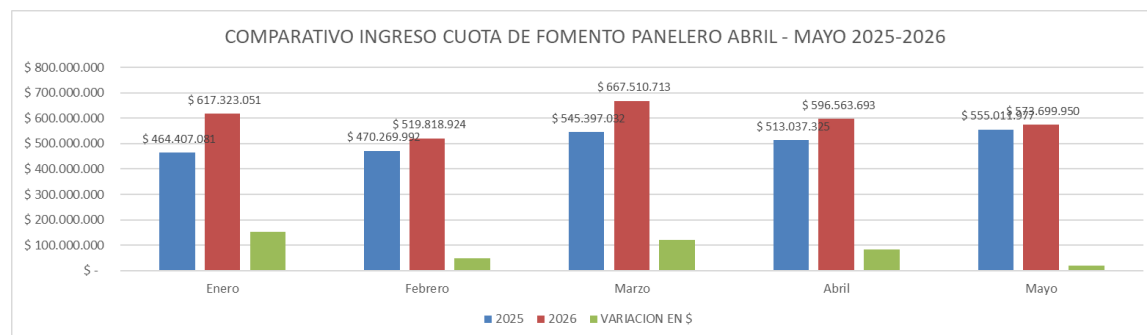


La actualización de la cuota de recaudo por kilogramo constituyó un factor determinante del crecimiento observado; sin embargo, las diferencias entre regiones evidencian comportamientos heterogéneos en producción, comercialización y formalización del sector panelero.

Se programa desde la Dirección Administrativa y de recaudo, un seguimiento específico a Santander Río Suárez, Caldas y Norte de Santander, con el fin de identificar causas operativas o productivas que expliquen la desaceleración del recaudo y definir acciones de fortalecimiento para el segundo trimestre de 2026.

INFORME INGRESOS CUOTA DE FOMENTO PANELERO CORTE A 31 DE MAYO DE 2026:

MESES DE RECAUDO CUOTA FOMENTO PANELERO	2025	2026	VARIACION EN \$	VARIACIÓN EN %	CUMPL. PPTO
Enero	\$ 464.407.081	\$ 617.323.051	\$ 152.915.970	33%	110%
Febrero	\$ 470.269.992	\$ 519.818.924	\$ 49.548.933	11%	93%
Marzo	\$ 545.397.032	\$ 667.510.713	\$ 122.113.681	22%	119%
Abril	\$ 513.037.325	\$ 596.563.693	\$ 83.526.367	16%	106%
Mayo	\$ 555.011.977	\$ 573.699.950	\$ 18.687.973	3%	102%



Durante los primeros cinco meses de 2026, el recaudo de la Cuota de Fomento Panelero alcanzó \$2.974.916.331, superando en \$426.772.244 el recaudo obtenido en igual período de 2025 (\$2.548.144.087). Esto representa un crecimiento acumulado de 16,7%, resultado impulsado principalmente por el incremento de la cuota de recaudo por kilogramo y por una dinámica favorable de recaudo en la mayoría de los meses analizados.

Análisis mensual:

Enero: inicio sólido del recaudo. El recaudo pasó de \$464,4 millones en 2025 a \$617,3 millones en 2026, registrando el mayor crecimiento absoluto del período (\$152,9 millones) y una variación positiva de 33%.

Este resultado refleja una fuerte dinámica de recaudo al inicio del año, favorecida por el incremento de la tarifa de la cuota y una adecuada respuesta de los aportantes. Además, el cumplimiento presupuestal alcanzó el 110%, superando ampliamente la meta establecida.

Aspecto relevante: Enero aportó cerca del 36% del crecimiento acumulado observado entre ambos años.

Febrero: desaceleración temporal: En febrero el recaudo aumentó de \$470,3 millones a \$519,8 millones, equivalente a un crecimiento de 11%.



Aunque se mantiene una variación positiva, el comportamiento fue más moderado respecto a enero. Adicionalmente, fue el único mes del período que registró un cumplimiento presupuestal inferior al 100%, alcanzando el 93%.

Aspecto relevante: La menor tasa de crecimiento puede estar asociada a menores volúmenes reportados o a retrasos temporales en la declaración y pago de algunos aportantes.

Marzo: recuperación y mejor desempeño del período: Marzo registró uno de los resultados más destacados, pasando de \$545,4 millones a \$667,5 millones, con un incremento de \$122,1 millones y una variación positiva de 22%.

Este desempeño permitió compensar la desaceleración observada en febrero y consolidó la tendencia favorable del primer trimestre. Asimismo, alcanzó el mayor nivel de cumplimiento presupuestal (119%).

Aspecto relevante: Marzo fue el mes con mayor recaudo de todo el período analizado y evidenció una fuerte recuperación de la gestión de recaudo.

Abril: crecimiento sostenido: El recaudo aumentó de \$513,0 millones a \$596,6 millones, generando una variación positiva de 16%.

Aunque el crecimiento fue inferior al observado en marzo, mantuvo una tendencia favorable y permitió superar la meta presupuestal con un cumplimiento del 106%.

Aspecto relevante: La estabilidad de abril demuestra continuidad en la capacidad de recaudo y en el comportamiento de los aportantes después del excelente desempeño de marzo.

Mayo: estabilización del crecimiento: Durante mayo el recaudo pasó de \$555,0 millones a \$573,7 millones, registrando el menor incremento del período (3%).

A pesar de la desaceleración, el recaudo logró ubicarse por encima del presupuesto, alcanzando un cumplimiento del 102%. Este comportamiento sugiere una estabilización de los ingresos después de los importantes crecimientos registrados en los primeros meses del año.

Aspecto relevante: Aunque el crecimiento interanual fue reducido, el recaudo se mantuvo en niveles altos y cumplió la meta presupuestal establecida.

El comportamiento de la Cuota de Fomento Panelero entre enero y mayo de 2026 muestra una evolución positiva frente al mismo período de 2025, con un crecimiento acumulado de **\$426,8 millones (16,7%)**. Los resultados más sobresalientes se registraron en **enero y marzo**, meses que explican más del 64% del incremento total observado. Aunque a partir de abril se evidencia una moderación en las tasas de crecimiento, el recaudo continuó superando las metas presupuestales y mantuvo niveles históricamente altos, consolidando una tendencia favorable para el financiamiento de los programas y proyectos del Fondo de Fomento Panelero durante la vigencia 2026.

Como resultado con corte al mes de mayo de 206, podemos considerar las siguientes conclusiones:

Crecimiento acumulado positivo

Entre enero y mayo de 2026 el recaudo creció **16,7%** frente al mismo período de 2025, evidenciando una evolución favorable de los ingresos del Fondo.



Mayor dinamismo en el primer trimestre

Los mayores incrementos se registraron en enero (**33%**) y marzo (**22%**), lo que indica que el crecimiento estuvo concentrado principalmente en el primer trimestre.

Desaceleración gradual durante el segundo trimestre

La variación porcentual disminuyó progresivamente de marzo a mayo:

- Marzo: **22%**
- Abril: **16%**
- Mayo: **3%**

Esta tendencia puede indicar una normalización de los volúmenes gravados o una estabilización del efecto generado por el incremento de la cuota de recaudo.

2.4. Cumplimiento presupuestal favorable

Cuatro de los cinco meses analizados superaron el presupuesto establecido:

- Enero: **110%**
- Marzo: **119%**
- Abril: **106%**
- Mayo: **102%**

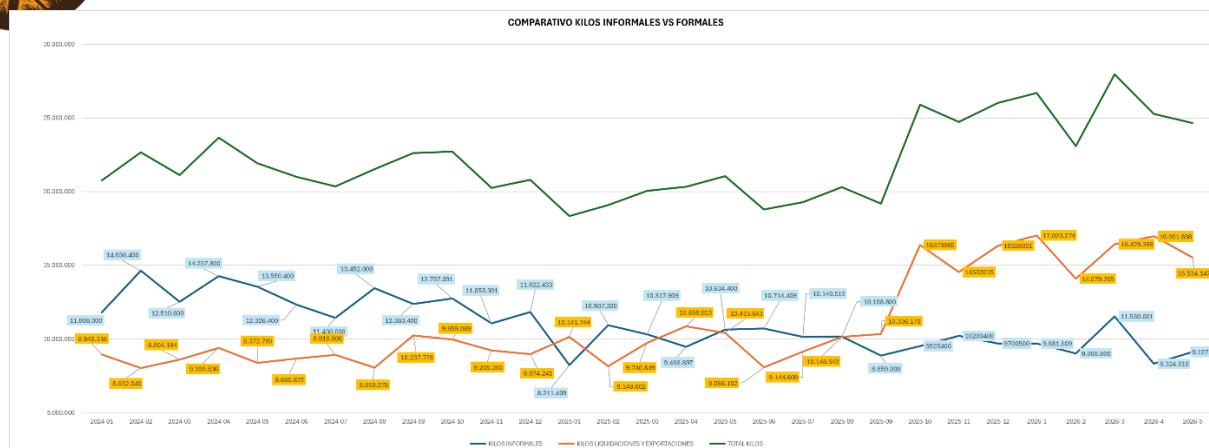
Solo febrero presentó un resultado inferior a la meta (**93%**).

Estabilidad del recaudo mensual

Durante 2026 el recaudo mensual se mantuvo consistentemente por encima de los **\$500 millones**, alcanzando niveles cercanos o superiores a los **\$600 millones** en cuatro de los cinco meses evaluados, lo que evidencia una mayor fortaleza financiera frente a 2025.}

SEGUIMIENTO ROLLOS CUOTA DE FOMENTO:

KILOS FORMALES VS INFORMALES:



Análisis del comportamiento de los recaudos formales e informales

Período enero de 2025 – mayo de 2026

El recaudo de la Cuota de Fomento Panelero presenta dos fuentes principales de contribución: los recaudos provenientes de productores y comercializadores informales y los recaudos derivados de liquidaciones, exportaciones y canales formales de comercialización. El análisis del periodo comprendido entre enero de 2025 y mayo de 2026 evidencia cambios importantes en la composición de ambas fuentes y en su participación dentro del recaudo total.

Comportamiento durante 2025

Entre enero y mayo de 2025, el recaudo total pasó de aproximadamente \$653 millones en enero a \$614 millones en mayo, mostrando un comportamiento variable durante el período.

Los recaudos informales presentaron una alta volatilidad:

Enero: \$367,9 millones

Febrero: \$238,2 millones

Marzo: \$249,2 millones

Abril: \$196,0 millones

Mayo: \$291,8 millones

Después de iniciar el año con una participación predominante, los recaudos informales disminuyeron significativamente entre febrero y abril, recuperándose parcialmente en mayo.

Por su parte, los recaudos formales mostraron una mayor estabilidad:

Enero: \$285,5 millones



Febrero: \$263,0 millones

Marzo: \$288,6 millones

Abril: \$360,6 millones

Mayo: \$322,3 millones

A partir de abril se observa un fortalecimiento de los canales formales, alcanzando niveles superiores a los recaudos informales.

Comportamiento durante 2026

En los primeros cinco meses de 2026 se evidencia una recomposición de la estructura del recaudo.

Los recaudos informales registraron:

Enero: \$264,8 millones

Febrero: \$258,8 millones

Marzo: \$367,9 millones

Abril: \$238,2 millones

Mayo: \$249,2 millones

El comportamiento muestra estabilidad durante enero y febrero, un incremento excepcional en marzo y posteriormente una normalización en abril y mayo. Los recaudos formales mantuvieron una participación importante dentro del recaudo total:

Enero: \$352,7 millones

Febrero: \$261,0 millones

Marzo: \$299,6 millones

Abril: \$358,4 millones

Mayo: \$324,5 millones (aprox.)

En términos generales, los canales formales conservaron niveles superiores a los observados durante gran parte de 2025, especialmente en enero y abril.

Tendencias relevantes



Mayor participación del recaudo formal: durante 2026 se observa un fortalecimiento de los recaudos provenientes de los canales formales de comercialización, los cuales representan una proporción cada vez más significativa del recaudo total.

Este comportamiento puede estar asociado a:

- Mayor formalización de los agentes económicos del sector panelero.
- Incremento de controles sobre la liquidación de la cuota.
- Fortalecimiento de los mecanismos de reporte y fiscalización.
- Mayor participación de supermercados, cadenas comerciales y exportadores.
- Disminución relativa de la dependencia de los recaudos informales

Mientras en varios meses de 2025 los recaudos informales representaban más del 50% del recaudo total, durante 2026 la participación se equilibra y en algunos meses es superada por los recaudos formales. Esta situación refleja una evolución positiva en términos de trazabilidad y control del recaudo parafiscal.

Marzo de 2026: mes de mayor recaudo: marzo de 2026 alcanzó aproximadamente \$667,5 millones, constituyéndose en el mejor resultado del período analizado. El crecimiento fue impulsado simultáneamente por:

- Un aumento significativo del recaudo informal.
- Un buen desempeño de los canales formales.
- El efecto de la actualización de la tarifa de la cuota de fomento.

Estabilidad del recaudo formal: a diferencia de los recaudos informales, que presentan fluctuaciones importantes entre meses, los recaudos formales muestran una trayectoria más estable, generando una base sólida para la sostenibilidad financiera del Fondo.

Avance en la formalización del sector: La tendencia observada entre enero de 2025 y mayo de 2026 permite inferir un avance gradual en los procesos de formalización de la cadena panelera, evidenciado por el crecimiento y consolidación de los recaudos provenientes de liquidaciones y comercialización formal.

El análisis comparativo entre enero de 2025 y mayo de 2026 muestra que el recaudo de la Cuota de Fomento Panelero mantiene una tendencia positiva, sustentada cada vez más en los canales formales de comercialización y liquidación. Aunque los recaudos informales continúan representando una fuente importante de ingresos, su participación relativa tiende a estabilizarse frente al fortalecimiento del recaudo formal. Esta dinámica constituye una señal favorable para la sostenibilidad financiera del Fondo, ya que mejora la trazabilidad de los aportes, fortalece los mecanismos de control y contribuye a una gestión más eficiente y transparente de los recursos parafiscales del sector panelero.

ACTIVIDADES DE SOPORTE DE LA DIRECCION ADMINISTRATIVA Y DE RECAUDO:

La Dirección Administrativa y de Recaudo del Fondo de Fomento Panelero tiene la responsabilidad de coordinar, consolidar y elaborar las respuestas a los requerimientos formulados por los diferentes organismos de seguimiento, inspección, vigilancia y control, entre ellos la Auditoría Interna, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la



Contraloría General de la República y la Procuraduría General de la Nación. En cumplimiento de la normatividad aplicable a los fondos parafiscales del sector agropecuario y de los principios de transparencia, responsabilidad y control fiscal, esta dependencia lidera la recopilación, validación y presentación de la información técnica, financiera, administrativa y de recaudo requerida por dichas entidades. Su gestión se orienta a garantizar el cumplimiento estricto de los requerimientos en términos de forma, fondo y oportunidad, asegurando que las respuestas sean completas, verificables, consistentes con los soportes documentales y entregadas dentro de los plazos establecidos por cada organismo de control. De esta manera, la Dirección Administrativa y de Recaudo contribuye al fortalecimiento de la gestión institucional, la adecuada rendición de cuentas y el cumplimiento de las obligaciones legales y contractuales del Fondo de Fomento Panelero.

Requerimientos atendidos:

Auditoría interna, Kreston Colombia:

- Auditoria Sistemas de información: 28 S.E.
- Auditoria cierre 2025, estados financieros, presupuesto e indicadores.
- Auditoria de planeación: 100 R.E.
- Auditoria legal: 4 R.E.

Ministerio de Agricultura y desarrollo rural:

- Informe parcial de ejecución Fedepanela 001.
- Cumplimiento de instrucciones impartidas mediante Circular No. 001 del 16 de enero de 2026 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
- Ley 2219 de 2022, particularmente en lo relacionado con la determinación del ámbito territorial de las asociaciones campesinas y agropecuarias (nacional o territorial)
- Competencia en materia de inspección, vigilancia y control.
- Requerimiento de informe (Seguimiento al cumplimiento de la Circular 001 de 2026 FF Panela.
- Seguimiento a la implementación del Programa de Transparencia y
- acceso a información en procedimientos contractuales y ética pública
- Estrategias por parte de máximos órganos de dirección para la presentación del
- Balance social y ambiental de los fondos de fomento agropecuario.
- Proyectos actualmente en ejecución y aquellos programados para su próxima ejecución que se desarrollen en los departamentos de Córdoba, Sucre, Antioquia, Nariño, Guajira y Cauca.



Procuraduría General de la Nación:

- RADICADO; E-2023-052697 / IUC D-2023-2903303 del 13 de enero de 2026. Seguimiento hallazgos C.G.R.

ACTIVIDADES DE SOPORTE RECAUDO A NIVEL NACIONAL:

Actividades de soporte al recaudo a nivel nacional

Durante el primer trimestre de 2026, los delegados regionales del Fondo de Fomento Panelero desarrollaron actividades permanentes de seguimiento, control, acompañamiento y fortalecimiento del recaudo de la Cuota de Fomento Panelero en las diferentes zonas productoras y comercializadoras del país.

Las actuaciones realizadas estuvieron orientadas a fortalecer la identificación de sujetos obligados al recaudo, verificar el cumplimiento de las obligaciones parafiscales, promover la formalización de los actores de la cadena panelera y ampliar la cobertura institucional del Fondo. Para ello, se llevaron a cabo visitas de seguimiento a recaudadores, verificaciones en establecimientos comercializadores y grandes superficies, capacitaciones a productores y comercializadores, actividades de asistencia técnica, acompañamiento en procesos de liquidación de la cuota y acciones de actualización de bases de datos de recaudadores.

Como resultado de esta gestión, los delegados realizaron visitas de control y seguimiento que permitieron verificar el estado de cumplimiento de los recaudadores activos, identificar oportunidades de mejora en los procesos de liquidación y pago de la cuota, y fortalecer los mecanismos de comunicación con los diferentes actores del sector panelero. De igual manera, se adelantaron jornadas de capacitación y orientación encaminadas a socializar la normatividad vigente, los procedimientos de recaudo y las obligaciones derivadas de la Ley 40 de 1990.

Adicionalmente, se efectuaron actividades de identificación y vinculación de nuevos recaudadores potenciales, seguimiento a establecimientos comercializadores de panela y derivados, así como acciones de actualización y depuración de información que contribuyen a mejorar la trazabilidad del recaudo y el control de los recursos parafiscales.

En el marco de estas actuaciones, los delegados ejecutaron un total de 551 actividades de gestión durante el período evaluado, distribuidas entre visitas a recaudadores, visitas a grandes superficies, capacitaciones, comunicaciones y asesorías técnicas, elaboración de informes de gestión y actividades relacionadas con la vinculación de nuevos recaudadores. Estas acciones permitieron fortalecer la presencia institucional del Fondo en las regiones, mejorar los procesos de seguimiento y control, y consolidar estrategias para incrementar el recaudo y garantizar el cumplimiento de las obligaciones parafiscales por parte de los diferentes actores de la cadena productiva panelera.



Actuación	Ejecución I Semestre 2026
Visitas a recaudadores	262
Visitas en grandes superficies	52
Informes mensuales	26
Capacitaciones realizadas	17
Comunicaciones y asesoramientos a recaudadores	141
Obtención y gestión de nuevos recaudadores	53
Total actuaciones ejecutadas	551

Las actividades desarrolladas durante el período constituyen un componente fundamental para la sostenibilidad financiera del Fondo de Fomento Panelero, toda vez que facilitan el control de la cuota parafiscal, promueven la formalización del sector y generan mecanismos de acompañamiento permanente a los productores, comercializadores y recaudadores vinculados a la actividad panelera.

INFORME OPERATIVO PROFESIONAL DE CONTABLE

Primer semestre de 2026

Resumen Ejecutivo

Durante el primer semestre de 2026 se realizaron actividades de notificación, seguimiento e inspección relacionadas con el cumplimiento de las obligaciones derivadas de la Contribución Parafiscal Cuota de Fomento Panelero. En este período se notificaron 64 terceros, de los cuales 46 fueron visitados para la socialización de la Ley 40 de 1990 y del Decreto 1071 de 2015, en lo referente al Fondo de Fomento Panelero.

Actualmente se encuentra en proceso la recepción y revisión de documentación contable por parte del área de recaudo para adelantar las respectivas inspecciones. Adicionalmente, se brindó acompañamiento a los delegados de los departamentos de Boyacá, Santander y la provincia de Socorro en las visitas realizadas a supermercados y comercializadores renuentes al cumplimiento de sus obligaciones.

Objetivo del Período

Verificar de manera integral el cumplimiento de las obligaciones relacionadas con la liquidación, retención, recaudo, declaración y consignación de la Contribución Parafiscal Cuota de Fomento Panelero por parte de los sujetos obligados, mediante la revisión y análisis de documentos, registros contables, soportes administrativos y el cruce de información con las bases de datos del Fondo, con el fin de validar la correcta aplicación de la tarifa del 0,5 %, de conformidad con la Ley 40 de 1990 y el artículo 2.10.3.5.4 del Decreto 1071 de 2015.

Actividades Realizadas



Actividad	Estado	Resultado
Notificación de nuevos terceros por parte del área de recaudo	Completado	42 establecimientos entre comercializadores y productores de panela fueron notificados.
Visitas a terceros	Completado	Se realizaron visitas a 46 supermercados y comercializadores ubicados en Bogotá, Cundinamarca, Boyacá, Bucaramanga, Santander, Cali, Medellín y Cúcuta.
Inspecciones contables	En proceso	23 establecimientos remitieron información contable, la cual se encuentra en etapa de revisión.
Informes finales de inspección contable	Completado	Se elaboraron y remitieron 5 informes para revisión y socialización.
Seguimiento a terceros pendientes de envío de información	En proceso	Se encuentran pendientes 32 supermercados por remitir la información contable requerida para la inspección.
Acompañamiento a delegados y capacitaciones	Completado	Se brindó acompañamiento a delegados de Cundinamarca, Boyacá, Santander y Cúcuta en procesos de notificación a supermercados renuentes, así como en jornadas de capacitación con apoyo de la Policía Nacional.
Identificación de partidas conciliatorias	Completado	Durante las visitas realizadas en Cali se identificaron y depuraron partidas correspondientes a contribuciones pagadas, pero no reconocidas contablemente. La información fue remitida al área de contabilidad para la generación de los respectivos recibos de ingreso.

Dificultades o Riesgos Identificados

- Los nuevos terceros notificados, especialmente supermercados, han mostrado resistencia a practicar la retención a sus proveedores, argumentando que estos ya realizan directamente el pago de la contribución.

Próximas Acciones

- Continuar el seguimiento a los terceros notificados para lograr su formalización y asegurar la correcta aplicación y pago de la contribución.
- Fortalecer las actividades de capacitación dirigidas a los actores de la cadena productiva panelera, con el propósito de prevenir la evasión y promover el cumplimiento normativo.



- Mantener la identificación y caracterización de nuevos terceros, incluyendo supermercados, comercializadores y productores de panela.
- Finalizar la revisión de la información contable recibida y emitir los respectivos informes de inspección.

Recaudo Pendiente por Cobrar Presuntamente:

Lo siguiente es el recaudo pendiente por cobrar del resultado de las inspecciones contables realizadas:

TERCERO	BASE	CUOTA	%
ABASTECAMOS OCCIDENTE	4.261.301.023	21.306.505	27%
PARTIDAS CONCILIATORIAS	3.419.234.200	17.096.171	21%
AGENCIA LOGISTICA DE LAS FUERZAS MILITARES	3.098.686.804	15.493.434	19%
MAKRO SUPERMAYORISTAS SAS	2.126.299.936	10.631.500	13%
TISANAS ORQUIDEA SAS	1.807.230.122	9.036.151	11%
UBEIMAR PEREZ BELTRAN	1.047.946.715	5.239.734	7%
PROCOLFOOD SAS	316.070.382	1.580.352	2%
TOTALES	16.076.769.182	80.383.846	100%

Conclusión

Los resultados obtenidos durante el primer semestre de 2026 evidencian un avance significativo en el cumplimiento de los objetivos establecidos, especialmente en materia de notificación, visitas de verificación, inspecciones contables y fortalecimiento de las acciones de control y seguimiento.

Se recomienda continuar con las estrategias de acompañamiento, capacitación y fiscalización a los terceros obligados, así como reforzar las acciones encaminadas a reducir la evasión de la Contribución Parafiscal Cuota de Fomento Panelero y garantizar el cumplimiento de la normatividad vigente.

De acuerdo con que el presupuesto de ingresos se ajustó incluyendo la gestión coordinada desde la dirección administrativa, la coordinación de recaudo y la gestión directa de la contadora de recaudo, se establece que se encuentra cumpliendo desde la perspectiva planificada en el PAIG del año 2026.

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

Introducción.



El programa de extensión agropecuaria del Fondo de Fomento Panelero tiene por objetivo principal fortalecer las capacidades productivas, agroempresariales y comerciales, mediante acompañamiento técnico integral a los productores paneleros de las diferentes regiones mediante la aplicación de metodologías validadas para los procesos de extensión; el apoyo en procesos de certificación orgánica, Buenas prácticas agrícolas (BPA), Producción y uso de semilla de calidad; la sensibilización a los productores paneleros vinculados en encadenamientos productivos sobre la normatividad vigente, el sistema de seguridad y salud en el trabajo SG-SST; la construcción de capital social mediante la promoción de la formalidad empresarial, el fortalecimiento de la asociatividad; el acompañamiento para el avance en el cumplimiento de la normatividad sanitaria relacionado con la Resolución 779 de 2006 y BPM. Así como el fortalecimiento de la producción con Buenas prácticas ambientales de cara a mitigar impactos negativos al medio ambiente y certificación en Negocios Verdes. El programa de extensión agropecuaria del Fondo de Fomento Panelero tiene presencia de manera directa en 14 departamentos del país así: Antioquia, Boyacá, Cauca, Caldas, Cundinamarca, Caquetá, Huila, Norte de Santander, Cesar, Nariño, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca, entre los cuales se pretende atender a alrededor de 2500 productores a nivel nacional. Para el año 2026 gracias a un mejor comportamiento en el recaudo de los recursos del fondo de fomento panelero, dado por mejores precios de panela y por tanto mejor precio de resolución, así como mejoras estratégicas en la gestión del recaudo y sus aportantes potenciales, el programa crece en cerca de un 20% en presupuesto con relación al año 2025 lo cual permitirá ampliar la cobertura y la presencia de técnicos y profesionales en zonas de alta importancia para el sistema productivo y donde además se comporta de manera más positiva el recaudo, pese a que la necesidad de recursos para atender la demanda del servicio sigue siendo alta, se hace necesario priorizar actividades y darle un enfoque al programa con nuevos elementos y metas. La estrategia de atención con los productores se agrupa en cuatro (4) componentes que buscan el mejoramiento de la productividad de sus cultivos, la calidad de la panela y productos derivados, enfocado en las necesidades puntuales de cada beneficiario y garantizando un trabajo articulado que posibilite buenos resultados, todo esto en pro de lograr mejores condiciones de comercialización e incursionar a mercados cada vez más especializados. Estos componentes son: Agronómico y Calidad en la producción de panela; Ambiental y Negocios Verde; Componente Comercial y Formalización; Normatividad del Subsector (Ley 40 De 1990, Sanitaria, Seguridad laboral, Ley 2005 de 2019, Ley de Compras Públicas, etc.). Se continúa vinculando a los procesos de extensión a las mujeres paneleras, jóvenes, asociaciones de productores, productores pequeños-medianos- agro empresas-empresarios. Se priorizan aquellos productores con los cuales se vienen adelantando procesos de mejora en sus cultivos, infraestructura y calidad de panela, encadenamientos productivos, fortalecimiento organizacional. Aunque se trata de llegar a aquellos productores que pagan la cuota de fomento ya sea de forma directa o indirecta, se atienden productores que demandan la asistencia técnica de forma ocasional. Los productores beneficiarios en su mayoría se atienden por demanda alrededor de un 60 a 70%, esto es en la medida que requieren el acompañamiento de los técnicos o profesionales especializados. Por otra parte, de un 30 a 40% se atienden por procesos que se vienen adelantando que requieren mayor atención y por ende más frecuencia de acompañamiento. Los productores son contactados por los técnicos de acuerdo con las bases datos de programas anteriores y por el conocimiento que ya tienen de los territorios, porque muchos cuentan con más de 4 años de experiencia en el subsector y generalmente son de la región.

Paralelamente se continuará con el posicionamiento institucional mediante la representación del gremio panelero ante las instancias departamentales, Nacionales y otras entidades que apoyan el sector agropecuario, además de ejercer una comunicación constante con los grupos de productores y los productores líderes para la información de los avances tecnológicos en el gremio panelero. De otra parte, la coyuntura de una mayor demanda de productos de calidad y la diversificación de la producción, hace que sea necesario fortalecer el trabajo para la obtención de conceptos sanitarios de los trapiches y/o notificaciones sanitarias de la panela, seguimiento, acompañamiento y asesoría en mejoramiento de infraestructura, organización de archivo documental, registros en planta, procedimientos



y tramitología ante el Invima. Así también, el alza de los insumos, las bajas productividades por efecto de agotamiento de suelos, plagas, falta de renovación de cultivos y desbalance nutricional, reafirma la necesidad de seguir trabajando en la capacitación permanente y efectiva de un buen manejo agronómico con monitoreo de plagas, uso de análisis de suelos, monitoreo de grados brix, adopción de variedades, implementación de semilleros, certificaciones en BPA, entre otros aspectos. No dejando de lado la sostenibilidad ambiental, que cada vez cobra más relevancia en los mercados especializados y en materia de disminución de GEI, por ello el programa de extensión agropecuaria panelera viene fortaleciendo este componente. Al final, este programa plantea una atención integral desde el punto vista de profesionales vinculados y los diferentes eslabones de la cadena que se acompañan.

METAS DEL TRIMESTRE I Y II

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

Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	Meta Trimestre II	% Avance
Caracterización integral de unidades productivas	1000	197	314	51%
Caracterización integral UPs de Jóvenes paneleros	100	20		
Caracterización integral UPs de Mujeres paneleras	100	20		
Georreferenciaciones de unidades productivas	1000	197	314	51%
Levantamiento de áreas - mapas (polígonos)	500	104	146	50%
Acompañamiento a los productores para el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Agricultores.	24	12	12	100%
Acompañamiento a los productores para el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura.	15	0	15	100%
Visitas de acompañamiento en la implementación y/o verificación del cumplimiento de la Res. 779/2006 y/o 2674 de 2018 para trapiches, bodegas de empaque, teniendo en cuenta la normatividad sanitaria de INVIMA	187	40	55	51%
Visitas de acompañamiento técnico a productores en los componentes agronómico, procesamiento, seguridad y salud en el trabajo, ambiental y comercial.	4500	887	1368	50%
Evaluación productiva - Censo municipio panelero	12	0	0	0,0%
Brigadas en programas de bienestar animal a ejemplares mulares como herramienta vital en el eslabón de transporte de caña	10	3	3	60%
Escuela de campo, día de campo y/o Gira técnica	25	0	12	48%
Monitoreos de Plagas	1000	197	314	51%



Evaluación y seguimiento / Plan de implementación aspectos tributarios (Facturación electrónica)	4	0	0	0,0%
Capacitaciones grupales a los productores objeto del programa, en manejo agronómico del cultivo de la caña panelera, procesos de transformación, ley 40, negocios verdes, normatividad sanitaria, costos de producción, comercial y formalización.	100	26	26	52%
Caracterización de centros de acopio u organizaciones paneleros (técnica, administrativa, comercial y sanitaria)	39	14	12	65%
Visitas de acompañamiento a centros de acopio paneleros u organizaciones paneleras (técnica, administrativa, comercial y sanitaria)	78	14	26	50%

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

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

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

Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	Meta Trimestre II	% Avance
Actualizar costos de producción a nivel departamental al iniciar el programa y al cierre.	26	0	13	50%
Asesorar Trapiches para la mejora en extracción del molino	3	0	0	0,0%
Asesorar Trapiches para la mejora de hornilla	3	0	1	33%
Asesorar Trapiches para la mejora de infraestructura	3	0	1	33%
Implementación modelo de manejo administrativo y operativo de trapiches	4	0	2	50%

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



Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	Meta Trimestre II	% Avance
Acompañamiento técnico y administrativo a los procesos de certificación y/o recertificación orgánica	5	0	2	40%

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

Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	Meta Trimestre II	% Avance
Seguimiento técnico sanitario y de calidad para los encadenamientos productivos.	4	1	1	50%
Creación de textos	9	3	3	67%
Seguimiento a montajes de plantas licoreras	4	1	1	50%
Seguimiento y ajuste del tratamiento de vinazas como abono en cultivos.	2	0	1	50%
Acompañamiento en actividad de Calidad de la panela en ferias culturales.	2	1	0	50,0%
Capacitaciones en la generación de productos con valor agregado	6	1	2	50%

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

Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	Meta Trimestre II	% Avance
Identificación fuentes de financiación para las diferentes líneas de intervención	10			En el numeral 3 "ACTIVIDADES" se describe los avances del primer trimestre.
Capacitación a los equipos de los diferentes programas del FFP en temas relacionados con la formulación de proyectos	2	0	0	0%
Aplicación a convocatorias y/o proyectos presentados a fuentes nacionales e internacionales	10	0	4	40%

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



Acciones	Metas Anual	Meta Trimestre I	Meta Trimestre II	% Avance
Instalar mesa técnica y financiera con delegados del MADR para el desarrollo metodológico de este objetivo	Construcción colectiva y concertada del modelo de ejecución para el alcance del objetivo	Una sesión de trabajo el día 17 de febrero de 2026		Con corte a este informe se cuenta con concepto del MADR trazando las líneas que debe abordar la mesa técnica.
Compra e importación de equipos	1	0	0	0,0%
Nacionalización y logística interna en Colombia	1	0	0	0,0%
Selección de beneficiarios	2	0	0	0,0%
Instalación, prueba y evaluación de equipos	2	0	0	0,0%
Demostraciones de método con productores	8	0	0	0,0%

ACTIVIDADES

Actividades del Objetivo específico 1



Caracterización integral de unidades productivas: 511 Caracterizaciones realizadas

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

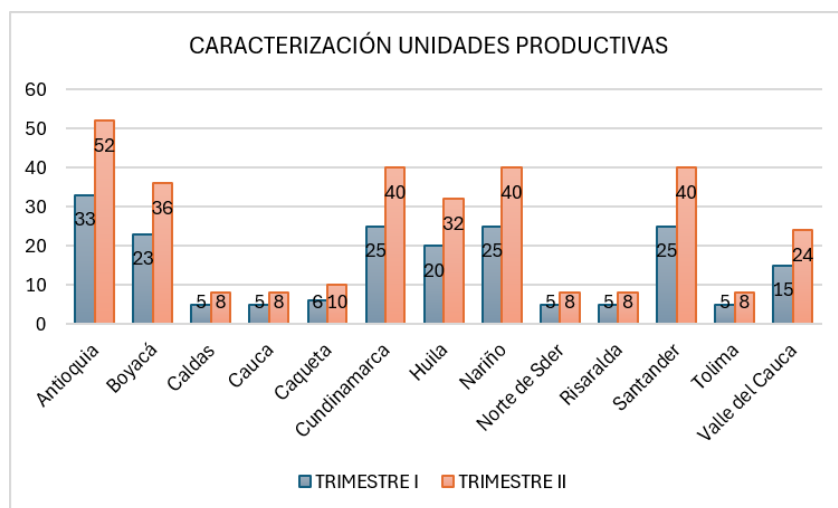
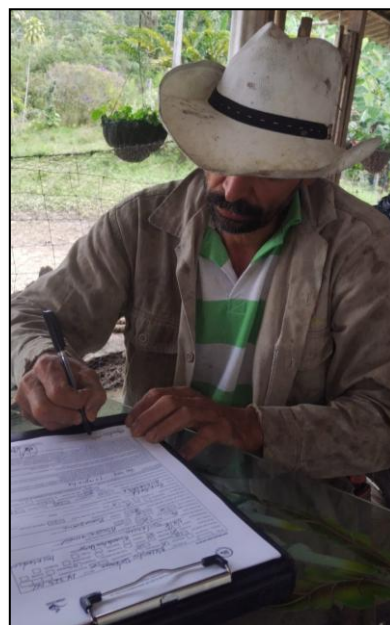


Gráfico 1. Caracterizaciones realizadas por departamento

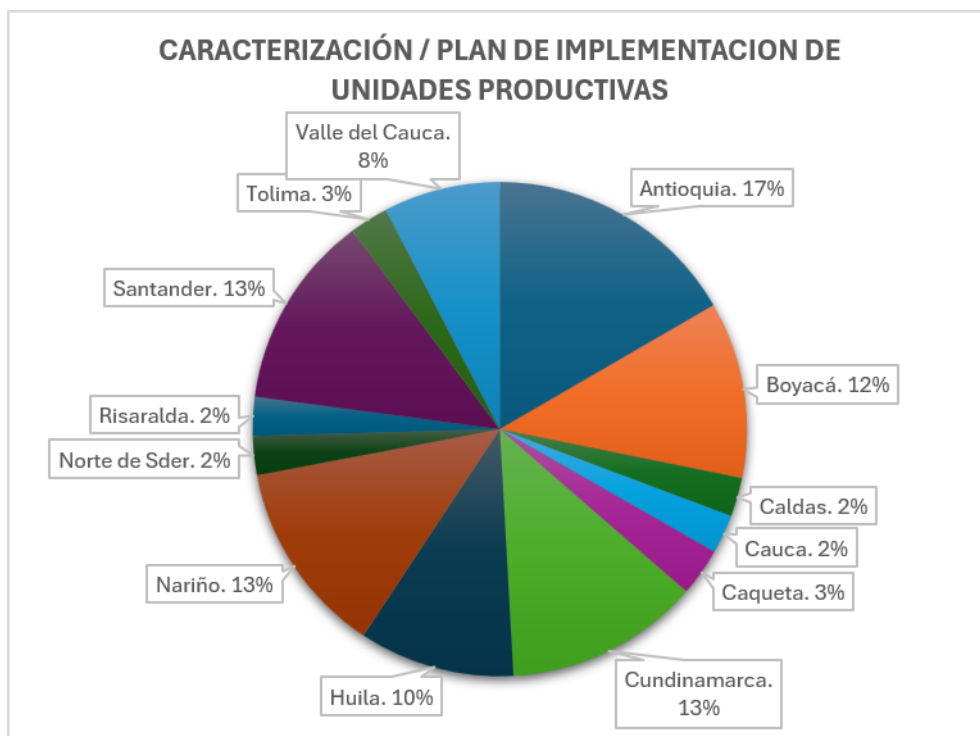


Gráfico 2. Caracterizaciones realizadas participación por departamento

Georreferenciaciones de unidades productivas: 511 Georreferenciaciones realizadas

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



Levantamiento de áreas - mapas (polígonos): 250 levantamientos realizados



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

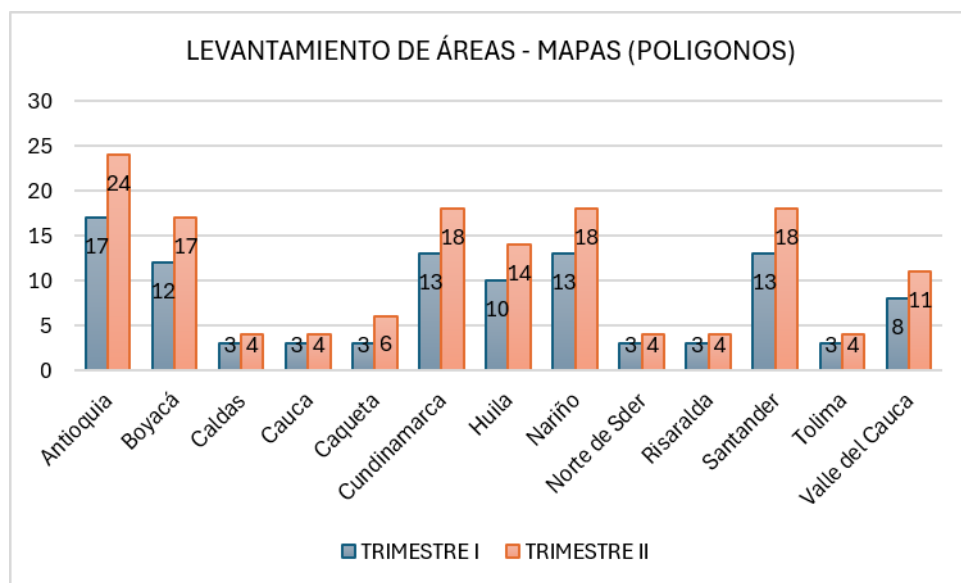


Grafico 3. Polígonos realizados por departamento

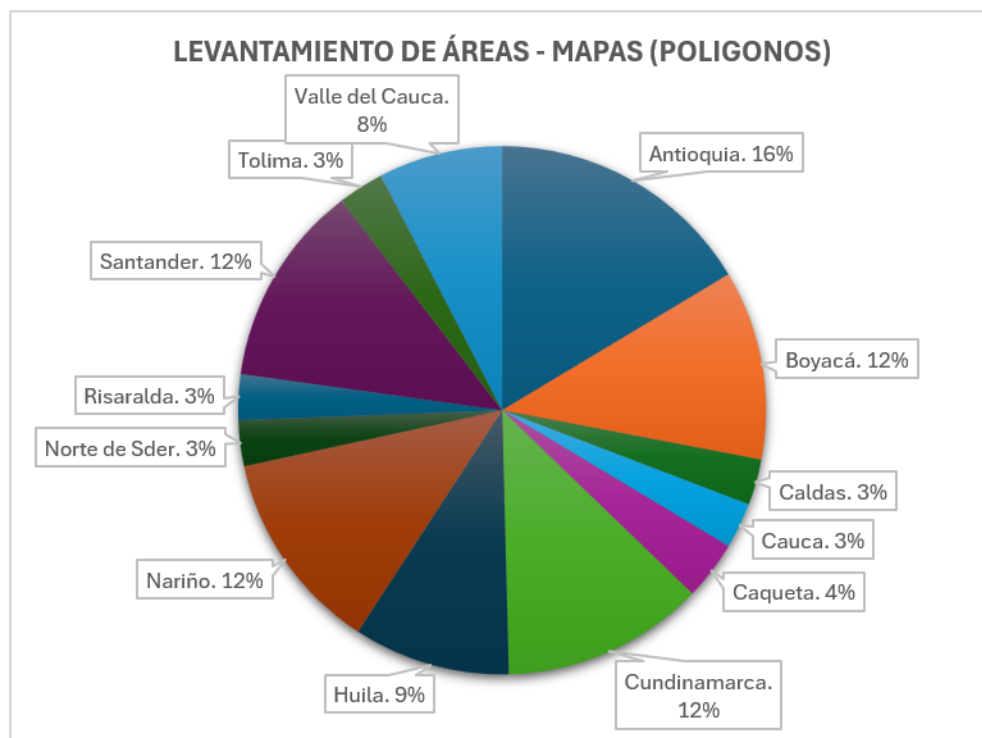


Grafico 4. Polígonos realizados participación por departamento

Acompañamiento a los productores para el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Agrícolas: 24 Acompañamientos realizados

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

Acompañamiento a los productores para el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura: 15 Acompañamientos realizados

Se llevó a cabo la evaluación integral 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 los resultados del diagnóstico, se formuló un plan de trabajo individualizado para cada unidad productiva, orientado al cierre de brechas frente a los requisitos establecidos en la normatividad vigente y al fortalecimiento de sus procesos operativos.



Visitas de acompañamiento en la implementación y/o verificación del cumplimiento de la Res. 779/2006 y/o 2674 de 2018 para trapiches, bodegas de empaque, teniendo en cuenta la normatividad sanitaria de INVIMA: 95 Visitas realizadas

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





Visitas de acompañamiento técnico a productores en los componentes agronómico, procesamiento, seguridad y salud en el trabajo, ambiental y comercial. 2255 Visitas realizadas.

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



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

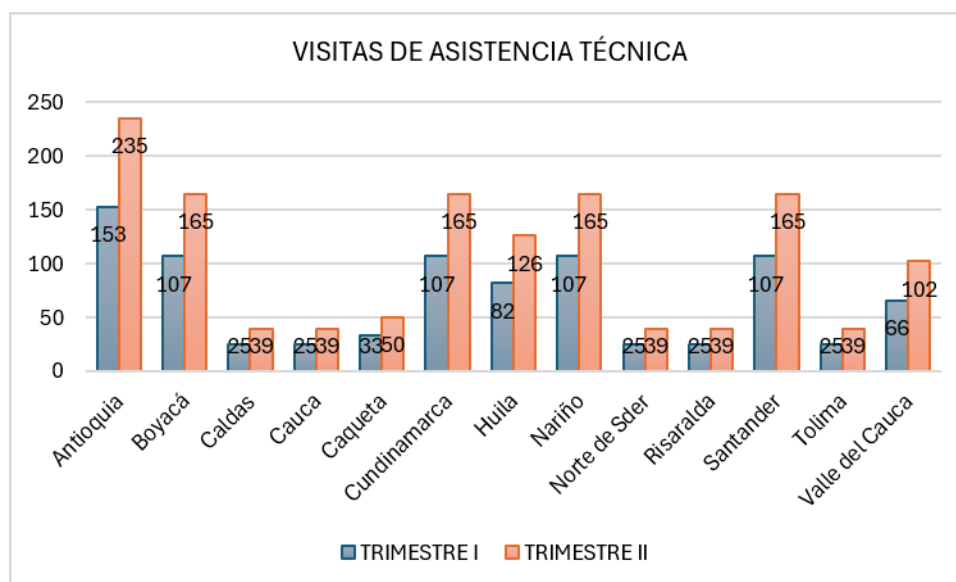


Grafico 5. Visitas realizadas por departamento

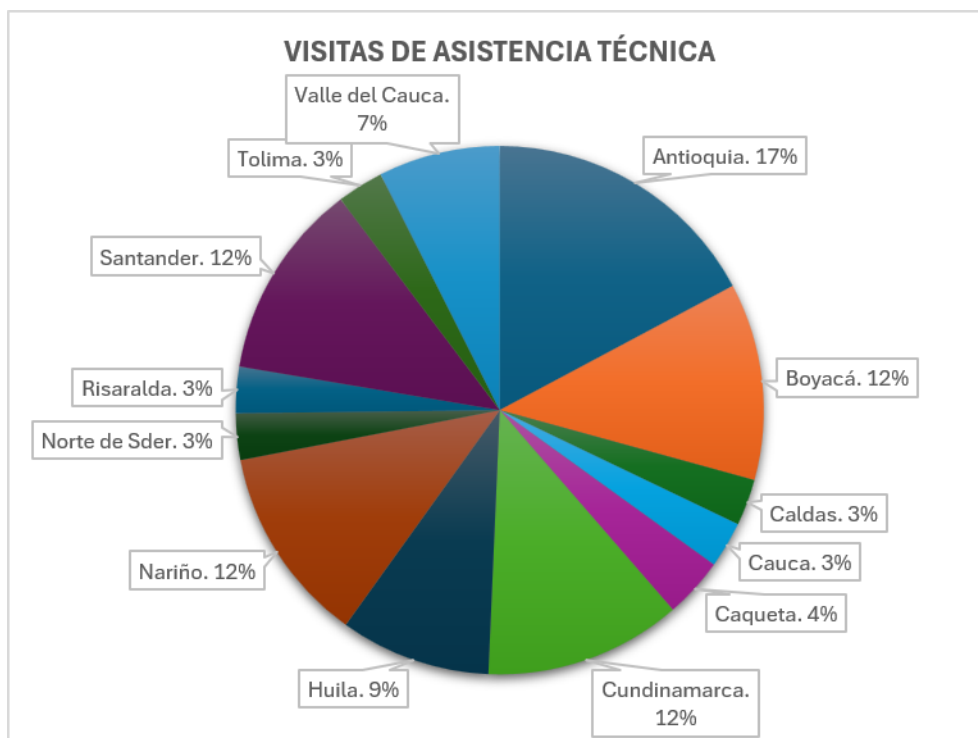


Grafico 6. Visitas realizadas participación por departamento

Evaluación productiva - Censo municipio panelero: Se reprograma para el tercer trimestre.

Les actividad fue reprogramada para el mes de septiembre, con el fin de contar con el tiempo suficiente para su adecuado diligenciamiento e incluir un número significativo de productores (mínimo 50).

Brigadas en programas de bienestar animal a ejemplares mulares como herramienta vital en el eslabón de transporte de caña: 6 Brigadas realizadas

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

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



Escuela de campo, día de campo y/o Gira técnica: 12 escuelas o días de campo realizados.

La metodología de las Escuelas de Campo para Productores se fundamenta en un enfoque participativo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual los productores desempeñan un papel activo en la construcción de conocimientos. A través del trabajo grupal, intercambian experiencias, analizan sus sistemas productivos, identifican oportunidades de mejora y fortalecen su capacidad para tomar decisiones informadas y pertinentes.

Estos espacios contribuyeron al fortalecimiento de conocimientos prácticos relacionados con la inocuidad alimentaria, el manejo adecuado de los procesos productivos, la estandarización de actividades y el cumplimiento de las condiciones básicas requeridas para la elaboración de panela segura y de alta calidad. Asimismo, la participación de profesionales de las áreas agroindustrial, alimentaria, agronómica y socioempresarial garantizó un acompañamiento integral, pertinente y adaptado a las condiciones y necesidades reales del sector.

Monitoreos de Plagas: 511 Monitoreos realizados

Se realizaron 511 monitoreos de plagas con el fin de evidenciar del porcentaje (%) de índice de daño económico que está causando en el cultivo, las principales plagas evidenciadas son *Diatraea sp*, Salivazo (*Mahanarva andigena*). A través de estos monitoreos se busca mitigar las pérdidas que pueden generarse por el daño causado por dichas plagas. Para *Diatraea sp*, en los casos en que los porcentajes de intensidad e infestación superan el 4 %, se recomienda realizar liberaciones de control biológico con las especies *Trichogramma*, *Cotesia* y *Billea*. Estas recomendaciones para el manejo de *Diatraea* se emiten de manera constante durante las visitas técnicas y a través de distintos medios de comunicación.



Asimismo, se informa a los productores que, según estudios

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

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

territorios se ha evidenciado un incremento en la presencia de salivazo, como es el caso de Santander, donde



actualmente se gestionan acciones con la Gobernación para formular un proyecto que permita determinar el impacto económico generado por este insecto.

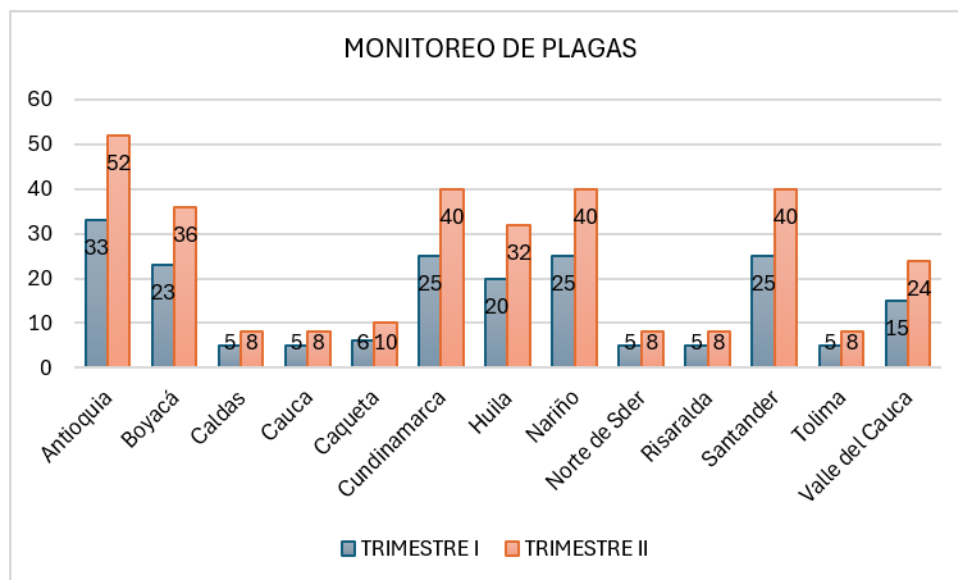


Grafico 7. Monitoreos realizados por departamento

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

Capacitaciones grupales a los productores objeto del programa, en manejo agronómico del cultivo de la caña panelera, procesos de transformación, ley 40, negocios verdes, normatividad sanitaria, costos de producción, comercial y formalización: 52 Capacitaciones realizadas.

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



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

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

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



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

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

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



Caracterización de centros de acopio u organizaciones paneleros (técnica, administrativa, comercial y sanitaria): 26 Caracterizaciones realizadas.

Visitas de acompañamiento a centros de acopio paneleros u organizaciones paneleras (técnica, administrativa, comercial y sanitaria): 40 Visitas realizadas.



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

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

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



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

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

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

Actividades del Objetivo específico 2:

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

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

Actividades del Objetivo específico 3:

Actualizar costos de producción a nivel departamental al iniciar el programa y al cierre: 13 actualizaciones realizadas.

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, constituyéndose en una herramienta estratégica para el



análisis del desempeño del sector. Este ejercicio facilitó la identificación de puntos críticos que inciden en la sostenibilidad del sistema productivo, así como de oportunidades de mejora en los procesos técnicos y administrativos.

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

Asesorar Trapiches para la mejora de hornilla: 1 asesoría realizada.

En el departamento del Tolima se brindó asesoría a productores 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.

Asesorar Trapiches para la mejora de infraestructura: 1 asesoría realizada.

En el departamento del Tolima se brindó asesoría a productores 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.

Implementación modelo de manejo administrativo y operativo de trapiches: 2 Implementaciones realizadas.

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.

Actividades del Objetivo específico 4:

Acompañamiento técnico y administrativo a los procesos de certificación y/o recertificación orgánica: 2 acompañamientos realizados.

Se brindó acompañamiento a productores y asociaciones mediante visitas técnicas orientadas a evaluar aspectos generales del cultivo, el proceso productivo y el almacenamiento, así como el cumplimiento de los parámetros exigidos para la adecuada implementación del sistema de producción orgánica. Lo anterior permitió verificar el cumplimiento de la normatividad vigente e identificar oportunamente acciones correctivas y oportunidades de mejora previas a los procesos de auditoría externa.

Actividades del Objetivo específico 5:

Seguimiento técnico sanitario y de calidad para los encadenamientos productivos. 2 Seguidimientos realizados.

Planta Familia Medina (Quipile, Cundinamarca)

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



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

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



Planta Saúl Mora

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



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

Asociación ACULCAÑA

Se llevó a cabo el desarrollo de una formulación de cerveza que incorporara panela como materia prima diferenciadora. Para ello, inicialmente se realizó una revisión técnica orientada a identificar las características fisicoquímicas y sensoriales que la panela podría aportar al producto final, tales como notas caramelizadas, aporte de azúcares fermentables y posibles variaciones en color y cuerpo.

Con base en este análisis, se definieron dos estilos de cerveza apropiados para la inclusión de panela: Golden Ale y Blond Ale, considerando su perfil suave, balanceado y de amplia aceptación sensorial.

Posteriormente, se desarrolló un primer lote piloto correspondiente al estilo Golden Ale. Para este proceso, se partió de la formulación base suministrada por Distrines, la cual fue ajustada mediante cálculos previos de balance de materia y composición, con el fin de incorporar panela como sustituto parcial de la malta. En este caso, se reemplazó



el 7% de la malta por panela durante la etapa de maceración, evaluando su impacto en el proceso y en las características del mosto.

Finalmente, se realizó un análisis organoléptico inicial comparando este lote piloto con cervezas comerciales del mismo estilo. Los resultados mostraron que la cerveza artesanal con panela logró mantener un perfil de amargor similar al de su contraparte comercial, logrando un excelente balance. Además, la adición del 7% de panela aportó sutiles notas acarameladas y un ligero incremento en la calidez del producto, demostrando la viabilidad técnica y sensorial de esta sustitución.

Creación de textos: 6 textos creados

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

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

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

VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	ELABORADO POR
01	21/02/20	Documento inicial	Marta Fernanda Cuatrecasas (Profesional, Universidad)

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

Contenido obligatorio del programa L&D

Portada del programa de L&D.

Se diseñó un **Programa de Trazabilidad** dirigido a las plantas de bebidas alcohólicas, con el propósito de dar cumplimiento a los requisitos sanitarios y de control establecidos en el Decreto 1686 de 2012.



Este decreto establece la obligatoriedad de garantizar la calidad a lo largo de toda la cadena de producción, dentro del cual uno de sus componentes fundamentales es el rastreo y seguimiento de los lotes. Dicho programa contempla los lineamientos, procedimientos, registros, responsables y métodos de control para identificar el histórico, la aplicación y la localización de los productos, abarcando desde la recepción de materias primas e insumos, pasando por todas las etapas del proceso productivo, hasta la distribución del producto terminado.

Con esta herramienta se busca asegurar la transparencia operativa, facilitar la identificación y retiro rápido de lotes en caso de presentarse alertas sanitarias o no conformidades, prevenir riesgos de adulteración y garantizar la calidad e inocuidad de los licores elaborados.

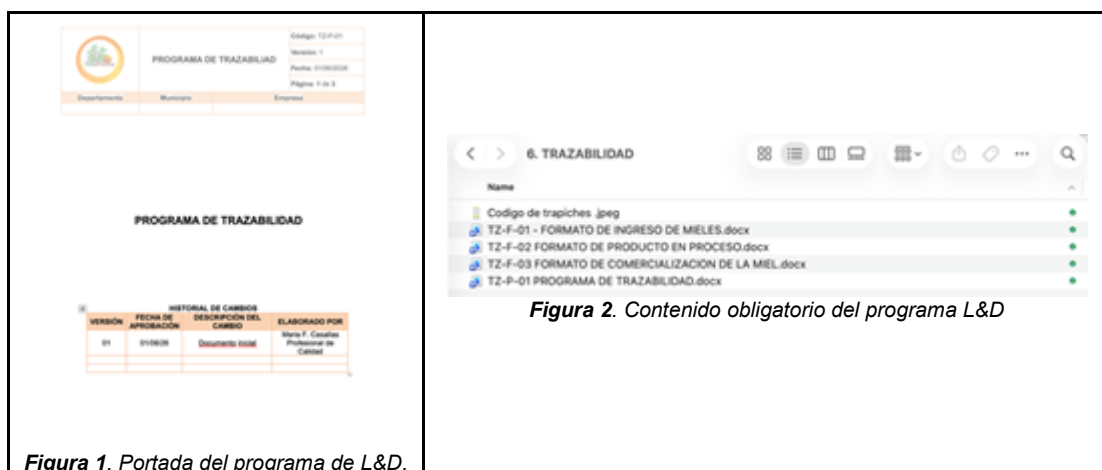


Figura 1. Portada del programa de L&D.

Figura 2. Contenido obligatorio del programa L&D

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

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

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

Se plantea la implementación de un método o protocolo para la medición de turbiedad en jugos de caña y aguas paneleras, con el objetivo de evaluar el nivel de eficiencia de los procesos de clarificación en los trapiches paneleros. Esta herramienta permitirá determinar qué tan limpios se encuentran los jugos durante las diferentes etapas del proceso, facilitando la toma de decisiones para mejorar la calidad del producto final. Para ello, se contempla la adquisición de un turbidímetro que permita realizar mediciones técnicas confiables y reproducibles. Como primer



avance, se desarrollará la etapa de cotización y revisión de referencias técnicas de diferentes equipos disponibles en el mercado, con el fin de seleccionar aquel que sea técnicamente válido, económicamente asequible para la Federación y los productores, y adecuado a las condiciones operativas del sector panelero.

Implementación de análisis del parámetro de Azúcares reductores en pruebas de calidad de panela

Con el objetivo de garantizar la precisión y la viabilidad técnica de los controles de calidad, se estableció un cambio metodológico fundamental, sustituyendo la medición de turbidez por la determinación de azúcares reductores. Esta transición responde directamente a una necesidad expresa manifestada por los paneleros. El sector productor requería evaluar sus parámetros con mayor rigor y confiabilidad, evidenciando que los informes recientes emitidos por laboratorios privados, basados en la lectura de turbidez, arrojaban resultados inconsistentes y carentes de lógica analítica frente al comportamiento físico-químico real de su proceso.

Para subsanar esta variabilidad y obtener datos exactos, se adoptó la cuantificación de azúcares reductores mediante el método de Lane-Eynon, comúnmente referenciado como la prueba de Fehling. Este método analítico es una titulación volumétrica que se fundamenta en la capacidad que tienen los azúcares reductores (como la glucosa y la fructosa) para reducir el ion cúprico (Cu^{2+}) presente en el reactivo de Fehling, transformándolo en óxido cuproso (Cu_2O), el cual se manifiesta como un precipitado de color rojo ladrillo. Durante la prueba, la muestra se somete a ebullición en un medio fuertemente alcalino y se titula progresivamente hasta alcanzar el punto final de la reacción, indicado por la decoloración del azul de metileno. Esta técnica permite calcular con gran exactitud la concentración real de los azúcares presentes, eliminando las ambigüedades ópticas del análisis de turbidez y asegurando un respaldo técnico robusto y coherente.

Seguimiento a montajes de plantas licoreras: 2 Seguimientos realizados

Planta Caña Dorada (Samaná)



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

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

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

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



Planta El Alzador

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

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

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



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

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

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

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

normatividad vigente:

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

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

Planta de licores Pedro Mejía - Ron El Mirador

Se establecieron rutas de trabajo para poder llevar el conocimiento y los desarrollos de su producción artesanal a un campo comercial y la posibilidad de aprovechar el conocimiento adquirido en pro del apoyo técnico a otros productores del país. Se hicieron cataciones de los diferentes productos, bases o tafias de destilado y el Ron de 2 años de añejamiento. Se intercambió información sobre los procesos de elaboración y los cuidados que se tienen en el proceso artesanal y que son críticos para llegar un buen ron.



Planta de licores Cabildo - Casa de bebidas ancestrales NABERARA ITUA DE

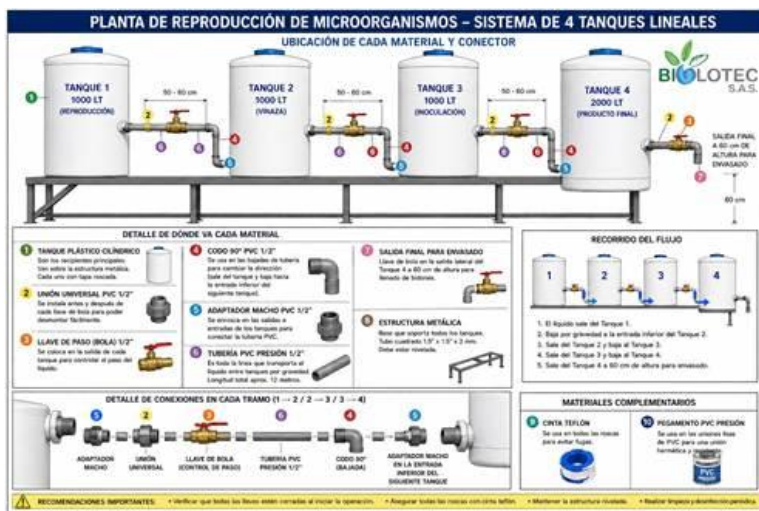
Se realizó la prueba de los productos dentro de los cuales se pudo apreciar el potencial de un Guarapo como bebida alcohólica de bajo grado alcohólico, de nivel de una cerveza, anisados conocidos como tapetusa y vinos de fruta.

Se establece el compromiso de una vez enviada la información, ver la prospectiva del proyecto y realizar el acompañamiento al municipio de Riosucio para una revisión del proceso y el diagnóstico del proceso.

Seguimiento y ajuste del tratamiento de vinazas como abono en cultivos: 1 seguimiento realizado

En el marco de la optimización de los procesos de gestión ambiental y manejo de efluentes, actualmente se viene adelantando un trabajo articulado con la empresa Biolotec para la evaluación e implementación de un sistema biológico de tratamiento de vinazas. El objetivo de esta actividad es incorporar el uso de consorcios de microorganismos especializados para degradar la alta carga orgánica de este residuo, garantizando así el cumplimiento de la normatividad ambiental vigente aplicable a los vertimientos industriales. El funcionamiento de esta tecnología de biorremediación se desarrolla de manera secuencial, iniciando con la inoculación y aclimatación, etapa que consiste en la dosificación controlada de microorganismos nativos y cepas bacterianas específicas directamente en los sistemas de captación o reactores biológicos donde se almacena la vinaza.

Una vez incorporados, se da paso a la degradación metabólica, donde estos microorganismos utilizan la materia orgánica presente en el efluente como fuente de carbono para descomponer los compuestos complejos, logrando una reducción significativa de parámetros críticos como la Demanda Biológica de Oxígeno (DBO) y la Demanda Química de Oxígeno (DQO). Esta acción biológica continua permite la estabilización físico-química del efluente, lo que se traduce en la regulación del pH ácido característico de las vinazas y en una drástica disminución de los olores objetables. Finalmente, al culminar el ciclo de retención, se obtiene un efluente clarificado y estabilizado que no solo facilita el cumplimiento de los límites máximos permisibles para vertimientos, sino que abre la viabilidad técnica para el aprovechamiento de los lodos resultantes como mejoradores de suelo o biofertilizantes.





Capacitaciones en la generación de productos con valor agregado: 3 capacitaciones realizada

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

Se realizó Taller técnico-práctico de confitería y transformación de derivados, orientado a la diversificación de subproductos a base de panela y miel de caña. La actividad fue dirigida a las asociaciones productoras de los municipios de Venadillo, Fresno, Palocabildo y Villahermosa (Tolima), con el objetivo de fomentar la creación de valor agregado, instruir en técnicas de empaque y establecer nuevas alternativas de generación de recursos económicos.



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

Actividad realizada	Indicador	Resultado	Impactos				Logro esperado
			Económico	Ambiental	Productivo	Social	
Atención a mujeres y jóvenes rurales paneleros	152 y 454 mujeres rurales atendidas el primer y segundo trimestre respectivamente y 60 y 171 jóvenes rurales paneleros	Las mujeres y jóvenes fortalecen su vínculo asociativo y mejoran sus habilidades socio productivas	Mayor empoderamiento económico de las mujeres y jóvenes, como mínimo con ideas de emprendimiento	NA	N/A	Mujeres y jóvenes paneleros capacitados en temas de herramientas y habilidades socioemocionales	Mayores oportunidades para las mujeres y jóvenes capacitados



	atendidos el primer y segundo trimestre respectivamente.						
Atención a población panelera afro e indígenas	13 y 14 afro atendidos el primer y segundo trimestre respectivamente y 32 y 47 indígenas atendidos el primer y segundo trimestre respectivamente.	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
En Antioquia Organización panelera inicia proceso de producción de panela pulverizada	0,5 toneladas de panela pulverizada para el mercado regional en el primer trimestre	Innovación en la diversificación en la producción de 1 trapiche panelero	Comercialización de 0,5 ton de panela pulverizada/mes, con un diferencial de \$800 respecto al precio de la panela sólida.	Adopción de buenas prácticas en el proceso de producción de panela.	Iniciación en la 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.	Mayores ingresos por comercialización de panela pulverizada.
Organización panelera inicia proceso de producción de panela pulverizada	3 toneladas de panela pulverizada para el mercado regional en el segundo trimestre	Innovación en la diversificación en la producción de 1 trapiche panelero	Comercialización de 3 ton de panela pulverizada/mes, con un diferencial de \$600 respecto al precio de la panela sólida.	Adopción de buenas prácticas en el proceso de producción de panela.	Iniciación en la 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.	Mayores ingresos por comercialización de panela pulverizada.
Inclusión de nuevos municipios en la cobertura del programa de asistencia técnica en el departamento de Antioquia	3 nuevos municipios reciben asistencia técnica específica para el subsector panelero	Aumento en la cobertura del programa de asistencia técnica FFP	Productores de 3 municipios con asesoría para la producción de panela de buena calidad	Nuevos productores con adopción por parte de los productores de buenas prácticas ambientales	Asesoría para el mejoramiento de las condiciones productivas del sistema caña- panela en 3 municipios	Comunidad consumidora de panela con opción de recibir por parte de sus productores un producto de mejor calidad.	3 municipios con atención por parte del programa de asistencia técnica del FFP a productores que adoptan mejores prácticas



							productivas y comerciales
Avance en la ejecución de 4 planes de trabajo BPA en el departamento de Antioquia	4 unidades productivas implementan plan de trabajo en BPA con énfasis en el incremento de rendimiento por unidad de área.	4 unidades productivas incrementan rendimiento en caña por unidad de área.	Mayor volumen de panela comercializada proveniente de igual área de siembra.	Conciencia del cuidado del medio ambiente como actividad transversal en el plan de trabajo BPA	Incremento en volumen de producción de caña y panela.	Productores con mayores posibilidades comerciales	Incremento en producción de panela pasando de 20 ton panela/ha/año a 25 ton panela/ha/Año en total en las 4 unidades productivas intervenidas
Toma de muestra para análisis de suelos en el Departamento de Boyacá	7 productores del departamento de Boyacá	Se entrega recomendación de fertilización según requerimientos del cultivo	Se reduce los costos en la compra de fertilizantes	Se disminuye el desperdicio de abonos por exceso de aplicación	Mejorar la producción de toneladas de caña por hectárea	Manejo de buenas prácticas en la producción de panela en la zona	Mejor producción y calidad del producto
Monitoreo de plagas	62 hectáreas monitoreadas en los municipios Togüi, Monquirá, san José de pare Santana y Chitaraque.	Se logra que el productor conozca el daño y las pérdidas que le está causando la plaga Diatraea spp y el ciclo de vida del insecto barrenador.	Disminuir el daño de Diatraea Spp se verá reflejado en el rendimiento y calidad del producto a la hora de venta.	Contribuye a la sostenibilidad ambiental del cultivo de caña al reducir la necesidad de aplicaciones químicas, favorecer el control biológico y así conservar la biodiversidad presente.	Permite reducir pérdidas productivas. Mejorar la calidad y el rendimiento del cultivo, además de unir y fortalecer la rentabilidad económica de los productores.	Contribuir a el bienestar de las familias rurales, fomentar buenas prácticas agrícolas y favorecer a una producción más sostenible.	Dar un manejo integrado de plagas en el cultivo.
Activación de comité de vigilancia de la calidad de la panela	1 comité activo	Plan de trabajo articulado en función del fortalecimiento de la cadena productiva en el departamento del Caldas	Con las acciones a realizar se busca actualizar datos de la producción panelera de los dos regiones y proyectar el recaudo a corto plazo				Participación en jornadas de ferias articulando acciones de vigilancia y control desde la normatividad vigente



Acompañamiento a centro de acopio panelero regional en el Departamento del Cauca	# de procedimientos higiénico-sanitarios que se implementan en el centro de acopio	5 procesos implementados y con registro	Se mejoran las ventas en el centro de acopio	Menor contaminación y mejor manejo de los recursos	Mejora en la calidad del producto	Mayor confiabilidad de los clientes en el centro de acopio	El centro de acopio panelero cumple con estándares de calidad y recibirá la visita de inspección sanitaria de la autoridad de control municipal
Acompañamiento técnico a cabildo indígena en el Departamento del Cauca	# de productores que se integran para mejorar su producción y comercialización	Como mínimo 18 productores que se integran y comprometen	Aumentan los ingresos	Menor contaminación ambiental en la actividad productiva	Aumento de los rendimientos en los cultivos y en el montaje	Integración de los productores	El cabildo indígena se fortalece en su actividad productiva y en su emprendimiento
Grupos paneleros que se capacitan y se presentan al fondo emprender del SENA en el Departamento del Cauca	# de grupos	Como mínimo 2 grupos interesados y con asesoría del SENA	Capitalización del modelo de negocio panelero		Aumento de la productividad	Se fortalece el emprendimiento y generación de empleo e ingresos	2 grupos que se presentan al fondo emprender con el apoyo del SENA y Fedepanela
Apoyo en proceso de certificación de competencias laborales con productores paneleros del cabildo indígena del Cortijo-municipio de Caldon. Cauca	# de productores que se certifican	20 productores certificados en competencia laboral por parte del SENA	Los productores mejoran sus ingresos	Aplicación de BPA en la producción del cultivo de caña	Aumento de los rendimientos en los cultivos de caña panelera	Mayor confiabilidad de los clientes al contar con una certificación de una competencia laboral	El cabildo indígena se fortalece en su actividad productiva y en su emprendimiento
Apoyo y acompañamiento a grupos asociativos Apoyo y acompañamiento a grupos asociativos en la actualización del RUT,	(Seis)6 grupos asociativos	Garantizar la estabilidad en la formalidad tributaria, comercial, organizacional	Poder realizar trámites formales de contratación	N/A	Garantizar las ventas del producto bajo el esquema de la formalidad	Garantiza la vinculación de familias paneleras en esta actividad	Mejor calidad de vida, y oportunidad de estudio a sus hijos



Camara de comercio, y facturación electrónica en el departamento del Huila							
Acompañamiento a grupos asociativos en la actualización de información para iniciar con la recertificación orgánica en el departamento del Huila	(Dos) 2 agro empresas paneleras	Obtener un producto orgánico, que permita diferenciarse de los demás y poder acceder a un valor agregado, grupos asociativos Asopaju, Asopromacol	Tener un mercado asegurado, y obtener mayor margen de rentabilidad	Garantizar unas mejores condiciones en el manejo de los ecosistemas, de la flora fauna, y suelos fértiles	Ofertar un producto sano y de alta calidad, teniendo en cuenta los parámetros de la formalidad empresarial panelera	Beneficia 30 familias paneleras que hacen parte de proceso de la certificación orgánica	Mejor calidad de vida, y oportunidad de estudio a sus hijos, y mejorar el medio ambiente
Acompañamiento técnico a la organización de documentación e segundo nivel, en la reforma estatutaria en el departamento del Huila	Una (1) organización de segundo nivel AMUPASAN que agrupa a 9 asociaciones, municipio de San Agustín	Estructurar una organización de segundo nivel, integrara a grupos asociativos de caña, café, frutales	Poder tener mayor representatividad en cada uno de estos subsectores	Garantizar unas buenas prácticas en cada uno de estos subsectores, que permitan ser amigables con los ecosistemas y el medio ambiente	Mejorar las condiciones de la productividad, con el objetivo de obtener un producto de alta calidad y valor agregado	Garantiza la vinculación de 257 familias cafeteras, paneleras, frutícolas en esta actividad agrícolas	Mejorar las condiciones de calidad de vida de cada uno de estos subsectores agrícolas en el municipio de San Agustín
Apoyo técnico a la organización de segundo nivel Amupasan. En la elaboración de propuesta segunda fase mejoramiento centro agropecuario de San Agustín en el departamento del Huila	Un (1) perfil de proyecto, que beneficia a nueve (9) asociaciones)	Estructurar un proyecto que busque 1mejorar las condiciones viales de ingreso, -- 2Ampliación de infraestructura .3 Dotación y	La comercialización conjunta, lo que reducirá la intermediación y mejorará los precios de venta para los productores asociados, Esto se traducirá en mayores márgenes de rentabilidad y en una mejor capacidad de	Garantizar unas buenas prácticas en cada uno de estos subsectores, que permitan ser amigables con los ecosistemas y el medio ambiente	Mejorar las condiciones de la productividad, con el objetivo de obtener un producto de alta calidad y valor agregado	Garantiza la vinculación de 257 familias cafeteras, paneleras, frutícolas en esta actividad agrícolas	Mejorar las condiciones de calidad de vida de cada uno de estos subsectores agrícolas en el municipio de San Agustín



		maquinaria agroindustrial	negociación frente a compradores regionales y nacionales				
Apoyo y acompañamiento a grupos asociativos en el ingreso de información a la plataforma de Prosperidad Social (Programa de inclusión financiera para la economía popular)	(Seis)6 grupos asociativos del departamento del Huila	Garantizar la contrapartida en efectivo para el proyecto de maquinaria y equipo	Poder realizar trámites formales de contratación	Garantizar unas buenas prácticas en cada uno de estos subsectores, que permitan ser amigables con los ecosistemas y el medio ambiente	Garantizar la productividad, y disminuir los costos de producción	Mayor vinculación y garantía a familias paneleras en esta actividad	Mejor calidad de vida, y oportunidad de estudio a sus hijos
Acompañamiento a grupos asociativos en la actualización de información para iniciar con la recertificación orgánica. Mercado a Corea	(Dos)2 agro empresas paneleras del departamento del Huila	Obtener un producto orgánico, que permita diferenciarse de los demás y poder acceder mercado Coreano con un valor agregado,	Tener un mercado asegurado, y obtener mayor margen de rentabilidad	Garantizar unas mejores condiciones en el manejo de los ecosistemas, de la flora fauna, y suelos fértiles	Ofertar un producto sano y de alta calidad, teniendo en cuenta los parámetros de la formalidad empresarial panelera	Beneficia 35 familias paneleras que hacen parte de proceso de la certificación orgánica	Mejor calidad de vida, y oportunidad de estudio a sus hijos, y mejorar el medio ambiente
Acompañamiento a la asociación ASEPPAS, con la cual se viene trabajado varios años, en la actualidad se llevan varios procesos con esta asociación, el 22 de enero se firmó convenio de asociación entre la asociación y la alcaldía municipal de Sandoná, para trabajar temas muy puntuales	municipios de Sandoná Nariño	Acompañamiento y recomendaciones para cumplimiento normatividad vigente en rotulado y cumplimiento de resolución 779, BPA y BPM, levantar información de las unidades productivas de los productores asociados	Mayor cumplimiento en requerimientos comerciales para presentarse como proveedores de panela		Adopción y Manejo de BPA por parte de productores de la zona.	Adopción y Manejo de BPM por parte de productores de la zona.	Preparar a la asociación y los socios para la comercialización de panela en mercados formales, con el fin de que los ingresos de la comercialización sean para los productores mas no para intermediarios



para cerrar brechas de conocimiento y levantar información del sector							
Seguimiento a operativo para capturar a derretideros de azúcar en el municipio de Sandoná, realizados por Policía Nacional y Fiscalía.	Varios productores y trabajadores capturados	Golpe fuerte a estas mafias de personas que están afectando al sector con estas practicas	Mejora el precio de la panela y de la caña	Se evita la quema de leña y llanta, muy demandadas para esta practica del derritte	Al no haber derritte la única materia prima para producir panela es la caña, lo cual es positivo para las miles de familias que se dedican a la producción de este cultivo y su beneficio a panela.	Si se tienen cultivos pagados a precios más justos por mejora del precio de la panela, el campesino puede obtener ganancias que le permiten ingresos para su sustento.	Personas con procesos por incurrir en esta practica
Participación como jurados internacionales y para realizar un intercambio de saberes, por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (Tulcán - Ecuador) dentro del evento "Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP)", llevado a cabo en el auditorio y Hall del Centro de Convenciones de la UPEC.	Participación en representación como Fedepanela en la vecina república del Ecuador.	Participación, representación y gestión de investigación conjunta binacional para el sector panelero con apoyo de las universidades UPEC de Ecuador y de Nariño por Colombia.	Participación, representación y gestión de investigación conjunta binacional para el sector panelero con apoyo de las universidades UPEC de Ecuador y de Nariño por Colombia.				Participación, representación y gestión de investigación conjunta binacional para el sector panelero con apoyo de las universidades UPEC de Ecuador y de Nariño por Colombia.
Formulación proyecto de 80 cubiertas para trapiches año	Proyectos formulados	Trapiches mejorados	Cumplimiento con la resolución 779 del 2006	Disminución de ruido y calor hacia	Continuidad en la producción, mayor	Unidades productivas mejoradas	Cumplir con la resolución 779 del 2006



2026 en el departamento de Risaralda				el medio ambiente	inocuidad del alimento		
Formulación proyecto de 180 reflectores con paneles solares para trapiches año 2026 en el departamento de Risaralda	Proyectos formulados	Trapiches impactados	Disminución de pago de energía	Es una energía limpia	Continuidad en la producción	Unidades productivas mejoradas	Conocimiento e implementación de energías limpias en la producción de panela.
Monitoreo de plagas que atacan cultivo de caña (Diatrea)	Formato monitoreo	Disminución de % de infestación en un 6% en 40 ha del Departamento de Santander	88.200.000	No determinado por uso de agroquímicos (insecticidas)	Mejora rendimientos en producción		Mayor cantidad de kilos de panela por h.
Mejoramiento de eficiencia de hornillas en el Departamento del Tolima	Número de hornillas mejoradas	1 hornilla mejorada	Mejorar ingresos por mayores disminuciones de costos de producción.	Disminución consumo de combustible adicional al bagazo en un 95%.	Mejora de la capacidad de producción en un 50% y la eficiencia en un 5%.	Transferencia técnica demostrativa en la zona	Mejorar la competitividad
Avance proyecto BPIN 202500376000 3-SGR	249 productores beneficiados que inician el proceso de actividades dentro del proyecto en el departamento del Valle del Cauca		Al mes de mayo, se hace el cierre con un avance presupuestal de \$599.234.430 correspondiente al 40.11% discriminado de la siguiente manera: Adquisición de: 13 Motoasadas 13 Mini-volquetas 13 Hidrolavadoras 2 Molinos para trapiches 40 Kit de fertilizantes 1 Kit de repuestos para			249 productores impactados	1. Mejorar los rendimientos en los cultivos de caña de azúcar destinados a la producción de panela. 2. Actualizar y aumentar la disponibilidad de equipos e infraestructura para el procesamiento de la panela. 3. Fortalecer las capacidades organizativas, asociativas y socioempresariales para la



			molido de trapiches. 40 Análisis de suelo 12 Kit de medición (termocupla, refractómetro, Phmetro)				comercialización y acceso a mercados.
--	--	--	---	--	--	--	---------------------------------------

Acciones estratégicas

Antioquia

Participación en el XX Congreso Colombiano de Gerontología y Geriatria, realizado en el mes de mayo en Barranquilla, con la conferencia: “Envejecer en territorios Rurales: desafíos y oportunidades para la longevidad con sentido - Envejecer Rural Antioqueño-Subsector Panelero”.



XX Congreso Nacional e Internacional de Gerontología y Geriatria - ACGG 2026
 Más allá del envejecimiento, hacia la longevidad saludable
 + sensibles + integrales + transformadores

Envejecer en territorios rurales: desafíos y oportunidades para la longevidad con sentido

Envejecer Rural Antioqueño Subsector Panelero

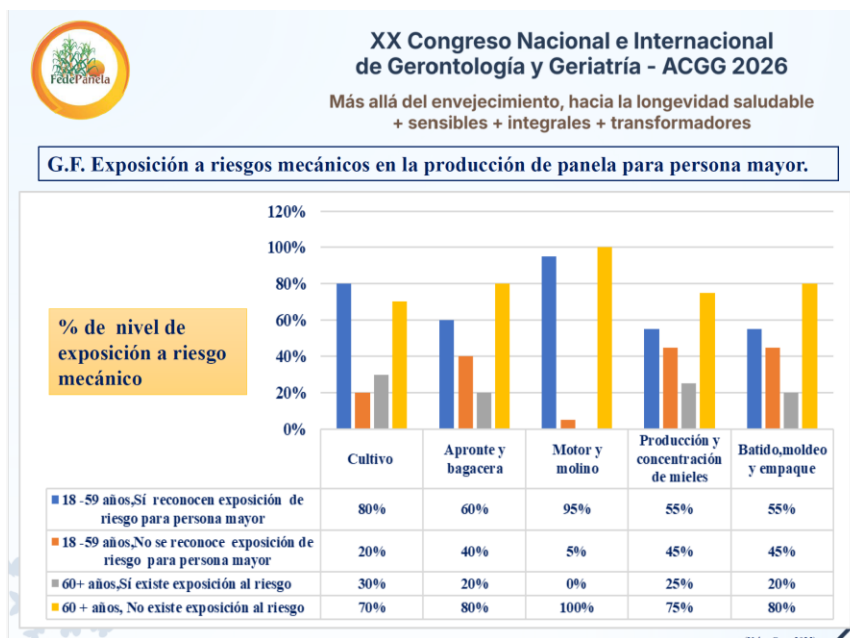
Yelen Orlando Cano Arboleda.
 Maestrante en Gerontología Social-Unini-Mx.
 Especialista en Gestión Gerontológica-UCN.
 Administrador Ambiental-UCN.
 Tecnólogo Agropecuario-PCJIC.



Rosendo Pineda, 2020



ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE GERONTOLOGÍA Y GERIATRÍA



Conclusiones de la conferencia: “Envejecer en territorios Rurales: desafíos y oportunidades para la longevidad con sentido -Envejecer Rural Antioqueño-Subsector Panelero” .:

- Las pirámides poblacionales de envejecimiento rural en Colombia, muestran crecimiento acelerado y proyecciones significativas para los siguientes 10 años (2036); las cifras son la línea base para planteamientos sociales orientados en pro de la vejez en la ruralidad.
- La importancia de visibilizar el envejecimiento en la ruralidad panelera en un escenario geriátrico y gerontológico de relevancia nacional e internacional, demuestra la integralidad del campo gerontológico actual y como desde un gremio productivo se puede trabajar el tema de bienestar en la vejez de productores y productoras paneleros en diversos territorios del país.
- Haber socializado en el congreso un recurso intergeneracional lúdico -Gerontagógico y plantearlo como una metodología de extensionismo de impacto en la ruralidad, igualmente haber expuesto los principales desafíos y oportunidades para el subsector panelero, buscando establecer desde el gremio acciones encaminadas a comprender el proceso de envejecimiento y momento de la vejez rural panelera.



Boyacá

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

Caldas

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

Cauca

- Participación en la mesa de exportaciones del departamento del Cauca y participación en la Ruta exportadora del Cauca convocada por Procolombia, liderando el tema de la cadena de la panela del Cauca y firma de acuerdo de voluntades.
- Alianza y articulación con el SENA regional Cauca para certificación de competencias laborales con productores de caña panelera.
- Articulación con ICA regional Cauca para realizar visitas de monitoreo de plagas, especialmente Diatrea en cultivos de caña panelera.
- Gestión y reunión con el Comité departamental de la Agrocadena de la panela del Cauca y la secretaria de agricultura y desarrollo rural del Cauca para tomar acciones frente a la problemática del derrite de azúcar y otros temas de calidad de la panela del Cauca especialmente los referidos a la falta de empaque individual y rotulado de la panela.

Cundinamarca



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

Nariño

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

Norte de Santander

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

Santander

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

Risaralda

- Inscripción de 40 trapiches en la plataforma del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), cumpliendo requisitos técnicos y sanitarios para fortalecer la inocuidad y trazabilidad.
- Asistencia técnica para la inscripción de sesenta trapiches paneleros en la plataforma del INVIMA.
- Asistencia técnica para la consolidación de líneas base y diagnósticos integrales en tres organizaciones paneleras priorizadas del departamento: ASOPABEL, COOPANELA SAN JUAN, ASOPAOCIDENTE, ASOPANELA SANTA ANA, ASOPCR y COOPAQUIN.
- Capacitación de sesenta y seis personas en la elaboración de alternativas productivas como bloques nutricionales, melote, panchaza, ensilajes y biopreparados, empleando materiales propios de la cadena panelera como cachaza, bagacillo, bagazo, jugos residuales y otros subproductos agroindustriales. Esta línea de intervención promovió la economía circular, la reducción de desperdicios, el uso eficiente de recursos disponibles en finca, la disminución de costos productivos y la generación de valor agregado a partir de materiales que tradicionalmente eran subutilizados.

Tolima

- Acompañamiento a agro empresas en fortalecimiento comercial y gestión de nuevos mercados, especialmente en el canal HORECA.
- Se encuentra en proceso de mejoramiento de la productividad y competitividad de un (1) productor de Asopal buscando el mejoramiento de una hornilla en el municipio de Palocabildo.



Valle del Cauca



- Durante el primer trimestre se Inicio el proyecto BPIN 2025003760003-SGR: “Implementación de herramientas integrales para el mejoramiento de la eficiencia, productividad, sostenibilidad y competitividad del sector panelero tradicional – etapa 1”, en articulación con la Universidad del Valle. La iniciativa beneficiará a 15 asociaciones en 12 municipios, mediante transferencia tecnológica, fortalecimiento organizacional, asistencia técnica especializada y estrategias de comercialización para acceso a mercados formales.
- Durante el segundo trimestre de 2026 se consolidó la fase de implementación operativa del proyecto “Implementación de herramientas integrales para el mejoramiento de la eficiencia, productividad, sostenibilidad y competitividad del sector panelero tradicional, desde el enfoque técnico y comercial – etapa 1 en el departamento del Valle del Cauca”, identificado con código BPIN 2025003760003-SGR. En este periodo se avanzó significativamente en la ejecución de actividades orientadas al fortalecimiento productivo, tecnológico, organizacional y comercial de las asociaciones paneleras beneficiarias. Se registró un importante avance en la ejecución presupuestal del proyecto, alcanzando al cierre del mes de mayo un valor acumulado de \$599.234.430, equivalente al 40,11 % de ejecución. Como resultado de este avance se realizó la adquisición de equipos, herramientas e insumos estratégicos destinados al fortalecimiento de las capacidades productivas de las asociaciones beneficiarias, entre ellos 13 motoazadas, 13 mini volquetas, 13 hidrolavadoras, 2 molinos para trapiches, 40 kits de fertilización, 1 kit de repuestos para molienda de trapiches, 40 análisis de suelo y 12 kits de medición conformados por termocupla, refractómetro y pH-metro.

Dificultades Identificadas

- Escasez de mano de obra, lo que retrasa las labores agrícolas y reduce la eficiencia productiva.
- Mayor incidencia de plagas como *Diatraea spp.*, salivazo y hormiga loca, afectando la sanidad del cultivo y los niveles de productividad.
- Disminución de rendimientos por hectárea, tanto en toneladas de caña como en producción de panela, con impacto directo en la rentabilidad.
- Baja inversión en modernización tecnológica de trapiches y persistencia de altos niveles de informalidad en el subsector panelero.
- Durante el primer trimestre de 2026 en el Departamento de Antioquia se registró una caída en el precio de la panela, ubicándose entre los más bajos a nivel nacional. Esta situación obedece a la sobreoferta y a la elaboración de panela adulterada mediante la adición de azúcar, lo que distorsiona el mercado.
- En Cundinamarca se presenta inestabilidad en la oferta, generando fluctuaciones semanales de precios según el tipo de mercado. Las afectaciones invernales (especialmente en febrero) y la menor disponibilidad de mano de obra han concentrado esfuerzos en cosecha y transformación, relegando labores de mantenimiento del cultivo. Esto ha reducido la capacidad productiva, incrementado costos y deteriorado la calidad de la panela, debido también a mayores problemas sanitarios y disminución en la calidad de los jugos.
- En Nariño se evidencia preocupación por la práctica del “derrite” de azúcar en trapiches. Aunque la cadena es mayoritariamente productora de caña, algunos transformadores que compran materia prima están adicionando azúcar a los jugos, afectando al resto del sector. En 8 de los 10 principales municipios productores se ha identificado esta práctica, generando incrementos atípicos en la producción (entre 30 % y 70 %). Se han adelantado capacitaciones y acciones de vigilancia y control de calidad para mitigar esta situación.



- En Valle del Cauca persisten desafíos estructurales asociados a la escasez de mano de obra rural y a problemas de seguridad en algunas zonas productoras, lo que limita la movilidad, incrementa costos operativos y afecta tanto las labores agrícolas como la comercialización.

Actividades del Objetivo específico 6.

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

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

Aplicación a convocatorias y/o proyectos presentados a fuentes nacionales e internacionales: 4 Aplicaciones realizadas.

Nombre del proyecto o iniciativa	Entidad financiadora	Fecha de radicación	Línea temática	Valor solicitado	Contrapartida	Estado	Responsable	Cobertura geográfica	Beneficiarios
Estrategia para la reducción de la concentración de acrilamida en panela	Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria - FONTAGRO	20/04/2026	Seguridad alimentaria y nutrición sostenible.	\$ 1.962.658.080,00	\$ 132.535.839,00	Radicado	Instituto Nacional de Metrología (INM) de Colombia (líder técnico), Federación Nacional de Productores de Panela (Fedepanela), Cooperativa Agraria Norandino Ltda. (Perú) e Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) como agencia ejecutora.	Colombia y Perú (alcance regional LATAM).	4.108 productores paneleros (3.535 asociados a trapiches en Colombia y 573 socios de Norandino en Perú).



Fortalecimiento de la competitividad y sostenibilidad de la cadena agroindustrial de la panela mediante herramientas metodológicas, la estandarización de producto y la apropiación social del conocimiento en Tolima, Huila y Caquetá.	Sistema General de Regalías (SGR) – Convocatoria "Agro por la Vida y por la Tierra" de MinCiencia S.	5/05/2026	Innovación en cadenas de valor agroalimentarias sostenibles en el campo. Subtemática: Tecnologías para el procesamiento agroalimentario a pequeña y mediana escala	\$ 12.370.129.759,00	\$ 202.003.088,00	Habilitado, en estudio	Instituto Nacional de Metrología (INM) como entidad proponente. Aliados: INVIMA, Universidad del Tolima, FEDEPANELA, ASOPANELA, ASPROPAL, ASOMUJOIS, ASOINDUPANI, AGROPRIMAVERA, COOPCULTIVARTE y ASOPAL.	Departamentos de Tolima, Huila y Caquetá. Municipios: Albania, Isnos, La Montañita, Palocabildo y Villahermosa.	Productores paneleros, asociaciones paneleras, laboratorios de ensayo y control sanitario, organizaciones campesinas y actores de la cadena agroindustrial de la panela de los tres departamentos.
Exploración de alianza para el uso de panela estandarizada en aplicaciones agroindustriales	Alpina	5/06/2026	Innovación agroalimentaria, ingredientes naturales y sostenibilidad	N/A	N/A	Carta de acercamiento enviada / Pendiente de respuesta	Federación Nacional de Productores de Panela- FEDEPANELA	Nacional	Productores paneleros asociados y potenciales compradores industriales
Exploración de alianza para el uso de panela estandarizada en aplicaciones agroindustriales	Nestlé Colombia	5/06/2026	Innovación agroalimentaria, ingredientes naturales y sostenibilidad	N/A	N/A	Carta de acercamiento enviada / Pendiente de respuesta	Federación Nacional de Productores de Panela- FEDEPANELA	Nacional	Productores paneleros asociados y potenciales compradores industriales

CONCLUSIONES

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

No obstante, persisten retos importantes en los componentes técnicos y agronómicos, especialmente en el manejo integral del cultivo. Se observa un uso excesivo de pesticidas para el control de plagas como *Diatraea spp.* y la hormiga



melera, práctica que puede generar impactos negativos tanto ambientales como económicos. Entre estos efectos se incluyen el deterioro de la salud del suelo, la afectación de organismos benéficos, el riesgo de resistencia en las plagas y el incremento en los costos de producción.

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

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

3. PROGRAMA DE ACOMPAÑAMIENTO SOCIO EMPRESARIAL INFORME SEGUNDO TRIMESTRE 2026

Introducción

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

La formalidad y consolidación del capital social en el sector panelero se fundamenta en la participación activa de productores, mujeres, jóvenes, asociaciones y trabajadores. Este tejido social es clave para promover el sentido de pertenencia y el compromiso necesarios para alcanzar los objetivos establecidos en la Ley 101 de 1993, la Ley 40 de 1990 y la Ley 2005 de 2019. Todas estas normativas tienen como fin último mejorar la cadena productiva de la caña y la panela, así como la calidad de vida de los productores involucrados en dicha cadena.

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

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

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

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



Objetivo General del Programa de Acompañamiento Socio Empresarial

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

Objetivos Específicos

1. Fomentar el fortalecimiento de la asociatividad en el subsector panelero, en 50 empresas asociativas, promoviendo la colaboración, la formalización y la construcción de capital social entre los productores, con el fin de mejorar su competitividad, sostenibilidad y calidad de vida.
2. Fortalecer la visibilidad y el empoderamiento de las mujeres productoras del subsector panelero, promoviendo su reconocimiento, participación activa y liderazgo en 120 emprendimientos, con el fin de contribuir a la igualdad de género y al desarrollo sostenible del sector.
3. Fomentar la participación activa y el liderazgo de las nuevas generaciones de 68 emprendimientos paneleros, mediante la implementación de programas de formación, sensibilización y apoyo que aseguren la continuidad, innovación y sostenibilidad de la actividad a largo plazo.
4. Desarrollar en alianza con el sector educación la propuesta de Escuela Panela en 10 colegios rurales ubicados en zonas paneleras.
5. Implementar procesos de sensibilización y formalización laboral en 40 pilotos conforme a la normatividad vigente y de Seguridad y Salud en el Trabajo - SGSST en el subsector panelero.

Impactos del Programa

Impactos sociales

Generación de Empleo Local: El programa contribuye a la generación de empleo en áreas rurales, tanto a través del fortalecimiento de empresas existentes como del surgimiento de nuevos emprendimientos. Esto no solo proporciona oportunidades de empleo para los residentes locales, sino que también ayuda a frenar la migración hacia áreas urbanas en busca de trabajo.

Mejora de las Condiciones Laborales: El acompañamiento socio empresarial ayuda a mejorar las condiciones laborales en las empresas rurales, mediante la implementación de prácticas laborales justas, la promoción de la seguridad y salud en el trabajo, y el cumplimiento de normativas laborales vigentes. Esto contribuye al bienestar y la calidad de vida de los trabajadores locales.

Empoderamiento Comunitario: El programa fortalece el tejido social y comunitario al involucrar a los miembros de la comunidad en el proceso de desarrollo empresarial. Esto promueve el sentido de pertenencia y la participación ciudadana, empoderando a los habitantes locales para tomar decisiones que afecten positivamente a su entorno.



Inclusión y Equidad de Género: Un enfoque integral del programa puede promover la inclusión y equidad de género en el ámbito empresarial rural, brindando oportunidades equitativas para mujeres y hombres en el acceso a recursos, capacitación y liderazgo empresarial. Esto contribuye a reducir las brechas de género y promueve la igualdad de oportunidades.

Desarrollo de Capacidades: El acompañamiento socio empresarial proporciona oportunidades de capacitación y formación en habilidades empresariales y de gestión a los miembros de la comunidad, lo que les permite adquirir conocimientos prácticos y competencias necesarias para administrar sus negocios de manera efectiva y sostenible.

Fortalecimiento de la Economía Local: Al impulsar el crecimiento y la diversificación de las actividades empresariales en las zonas rurales, el programa contribuye al fortalecimiento de la economía local y a la reducción de la dependencia de actividades económicas tradicionales o de subsistencia.

Conservación del Patrimonio Cultural: Al apoyar el desarrollo de emprendimientos basados en recursos naturales o culturales propios de la región, el programa puede contribuir a la conservación del patrimonio cultural y ambiental de las comunidades rurales, promoviendo prácticas sostenibles y respetuosas con el entorno.

Impactos Económicos

Generación de Empleo y Riqueza Local: El fortalecimiento de las empresas rurales a través del acompañamiento socio empresarial resulta en la creación de empleo adicional en la comunidad. Esto no solo reduce la tasa de desempleo, sino que también aumenta el ingreso disponible y la capacidad de gasto de los residentes locales, lo que impulsa la actividad económica en la región.

Incremento de la Productividad y Competitividad: Al proporcionar capacitación y asesoramiento en áreas como gestión empresarial, marketing, producción y finanzas, el programa puede mejorar la eficiencia y la productividad de las empresas rurales. Esto les permite competir de manera más efectiva en el mercado, aumentar sus ventas y generar mayores ingresos.

Diversificación Económica: El acompañamiento socio empresarial fomenta la diversificación económica en las zonas rurales, alentando a los emprendedores a explorar nuevas oportunidades de negocio y a desarrollar productos o servicios innovadores. Esto reduce la dependencia de actividades económicas tradicionales y aumenta la resiliencia frente a cambios en el entorno económico.

Aumento de la Inversión Local: El fortalecimiento de las empresas paneleras atrae inversiones adicionales a la región, tanto de fuentes externas como internas. Los inversores pueden estar más dispuestos a respaldar proyectos empresariales sólidos y bien gestionados, lo que contribuye al crecimiento económico sostenible en la comunidad.

Desarrollo de Cadenas de Valor: El acompañamiento socio empresarial promueve la integración de las empresas rurales en cadenas de valor más amplias, facilitando alianzas estratégicas con proveedores, distribuidores y otros actores del mercado. Esto crea nuevas oportunidades de negocio y mejora la posición competitiva de las empresas en la cadena de suministro.

Reducción de la Pobreza Rural: Al mejorar las condiciones económicas y el acceso a oportunidades de empleo y emprendimiento, el programa contribuye a reducir la pobreza en las comunidades rurales. El aumento de los



Ingresos y la creación de empleo ayudan a mejorar el nivel de vida de los residentes locales y a disminuir la brecha de desigualdad económica

Estímulo al Turismo Rural: Se promueven actividades económicas relacionadas con el turismo rural, impulsando el crecimiento del sector turístico en la región. Esto no solo genera ingresos adicionales para las empresas locales, sino que también promueve la conservación del patrimonio cultural y natural de la zona

Cuadro de indicadores de gestión II trimestre 2026



CONCEPTO	INDICADOR	META ANUAL	CUMPLIMIENTO AL CORTE				% CUMP. 2025
			TRI - I	TRI - II	TRI - III	TRI - IV	
Fomentar el fortalecimiento de la asociatividad en el subsector panelero, en 50 empresas asociativas, promoviendo la colaboración, la formalización y la construcción de capital social entre los productores, con el fin de mejorar su competitividad, sostenibilidad y calidad de vida.	16 nuevas organizaciones formadas o constituidas	16	2	13			12%
	• 90% anual de Tasa de retención de organizaciones existentes (años consecutivos activas).	50	37	13			100%
	• Identificación del ≥25% de mujeres, ≥10% de jóvenes y ≥50% de otros actores que representan Diversidad de actores formados en la organización	50	37	13			100%
	Aplicación metodología índice competencias organizacionales (ICO) línea base - ICO final	50	37	13			100%
	• 16 alianzas o convenios firmados con actores clave (gobierno, privado, ONG)	16	2	7			56%
	• 70% de las 50 asociaciones participan en al menos 2 encuentros anuales virtuales o presenciales	50		25			50%
	• 95% de organizaciones con personería jurídica o registro formal vigente	50		50			100%
	• 50% de productores asociados con información y/o acceso a beneficios formales (programas públicos).	50	10	20			60%
	• 9-12 meses desde inicio del proceso como tiempo promedio para la formalización de 16 nuevas organizaciones.	16					
	• Incremento de al menos 15 puntos en una escala 0-100, al año en el Índice de confianza entre asociados (med cualitativa/cuantitativa) antes y después del programa	50	37	13			100%
	• 30 acuerdos de gobernanza implementados (reglamentos, estatutos, códigos de conducta)	30		19			64%
	• 25 ventas colectivas y valor agregado a través de Acceso a mercados	25		13			52%
	• 250% de productores involucrados en este programa participan en capacitaciones en desarrollo humano y gestión de riesgos	100	37	13			50%
	• 100% de planes de acción con responsables y actividades.	50	37	13			100%
	8 Informes finales de la intervención	8					
Fortalecer la visibilidad y el empoderamiento de las mujeres productoras del subsector panelero, promoviendo su reconocimiento, participación activa y liderazgo en 120 emprendimientos, con el fin de contribuir a la igualdad de género y al desarrollo sostenible del sector.	Identificación de 120 Emprendimientos/ideas innovadoras originadas por mujeres con planes de trabajo	120	84	36			100%
	aumentar al 20% de mujeres productoras visibles en eventos y espacios de decisión	120	84	36			100%
	Subir a 15% la proporción de mujeres en puestos de toma de decisiones (liderazgo en sus organizaciones)	120	27	21			40%
	10 iniciativas anuales de participación lideradas por mujeres.	10					
	20% de participantes certificadas en liderazgo (capacitaciones y certificaciones)	34					
	30% de beneficiarias con Información y/o acceso a recursos y servicios para mujeres.	120		24			20%
	10% de incremento en ventas en ferias/plataformas valor de ventas agregadas de los emprendimientos	8					
	10% de Incremento en productividad de emprendimientos liderados por mujeres.	120					
	Establecer 8 alianzas con organizaciones de mujeres y ONGs	8					
	2 monitoreos al año para evaluar avances.	16		8			
Fomentar la participación activa y el liderazgo de las nuevas generaciones de 68 emprendimientos paneleros, mediante la implementación de programas de formación, sensibilización y apoyo que aseguren la continuidad, innovación y sostenibilidad de la actividad a largo plazo	8 Informes finales de la intervención	8					
	Identificación de 68 Emprendimientos/ideas innovadoras originadas por jóvenes con acompañamiento y planes de trabajo	68	48	20			100%
	27% de jóvenes ≤ 29 años involucrados en el programa.	68	48	20			100%
	90% Tasa de retención de jóvenes en el programa en 1 año	68					
	80 personas Participantes en formaciones dirigidas a jóvenes 80 capacitaciones/año.	80	20	19			48%
	30 jóvenes tienen Acceso a mentoring/pasantías	30					
	≥70% de las Iniciativas y emprendimientos juveniles se mantienen activas tras 10 meses:	68					
	10% de Incremento en ingresos/productividad de proyectos liderados por jóvenes.	68					
	50% de Diversidad de actores jóvenes (sexo, etnias): equilibrio de género y representación de minorías establecida en los emprendimientos seleccionados.	68		68			100%
	2 monitoreos al año para evaluar avances.	16		16			
Desarrollar en alianza con el sector educación la propuesta de Escuela Panela en 10 colegios rurales ubicados en zonas paneleras	8 Informes finales de la intervención	8					
	10 alianzas constituidas	10	7	3			100%
	10 planes de trabajo implementados en un 90%	10	7	3			100%
	50 reuniones de seguimiento	50	7	10			34%
	50 capacitaciones de Habilidades y competencias para el emprendimiento	50	7	10			34%
Implementar procesos de sensibilización y formalización laboral en 40 pilotos conforme a la normatividad vigente y de Seguridad y Salud en el Trabajo - SGSST en el subsector panelero.	8 Informes finales de intervención	8					
	40 pilotos identificados con diagnostico	40	20	20			100%
	40 planes de trabajo diseñados y socializados	40	20	20			100%
	40 reuniones de seguimiento a los Planes de trabajo	40					
	10 talleres departamentales en sensibilización en formalización laboral y SST	10	2	3			50%
8 Informes de intervención de los pilotos de sensibilización en formalización laboral y SST	8 Informes de intervención de los pilotos de sensibilización en formalización laboral y SST	8					



Componentes de programa

Objetivo 1

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

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

1. Eje de Fortalecimiento y Permanencia Organizacional

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

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

2. Colaboración y Alianzas Estratégicas

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

- **Gestión de Alianzas:** Se proyecta la firma de 16 convenios o alianzas estratégicas con actores del sector público, privado y ONGs.
- **Hito Inicial:** Para dinamizar el proyecto, se ejecutarán 9 alianzas estratégicas durante el primer trimestre, sentando las bases de cooperación temprana.

3. Formalización y Acceso a Beneficios

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

- **Cierre de Brechas de Información:** El programa impactará al 50% de los productores asociados, facilitando su acceso a beneficios formales y programas públicos de fomento.
- **Meta de Socialización:** Como paso inicial, 30 asociaciones recibieron capacitación dirigida sobre trámites legales, normatividad sanitaria, beneficios tributarios y diferentes programas gubernamentales.

4. Construcción de Capital Social

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



- **Medición del Índice de Confianza:** Se busca un incremento de al menos **15 puntos** (en una escala de 0 a 100) en la percepción de confianza entre asociados.
- **Metodología:** El instrumento que es una encuesta de diagnóstico social se aplicó a 250 personas pertenecientes a las 50 asociaciones participantes en el programa con ello se busca validar el impacto de las actividades de cohesión grupal y los aspectos que son susceptibles de mejora dentro de las organizaciones

5. Competitividad y Calidad de Vida

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

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

6. Seguimiento, Rendición de Cuentas y Control de Gestión

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

- **Evaluación ICO (Índice de Capacidad Organizacional):** Se aplicó esta herramienta al **100% de las asociaciones** participantes que permite tener una línea base esto permite medir la madurez administrativa, financiera y comercial de cada entidad identificando junto con la organización los aspectos que son importantes para mejorar.
- **Planes de Acción Operativos:** A partir de los aspectos que se identificaron para mejorar en la evaluación ICO con cada asociación se diseñó el plan de trabajo donde el que se desarrolla a lo largo del año contando con responsables asignados y cronogramas definidos. No basta con planear; es imperativo ejecutar con trazabilidad.





Objetivo 2

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

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

Eje de Competitividad: De la Idea al Modelo de Negocio

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

Identificación y Diagnóstico de Innovación

Se han mapeado 120 emprendimientos e ideas de negocio lideradas por mujeres, clasificándolas según su potencial de impacto en el mercado a partir de la aplicación del instrumento Índice de diagnóstico de los Emprendimientos de las Mujeres - IDEM. Con este instrumento aplicado a los 120 emprendimientos femeninos se identifican los siguientes aspectos:

- Administración
- Mercadeo y ventas
- Recursos Humanos
- Planificación y control de la producción
- Recursos financieros

Diseño de Planes de Trabajo Personalizados

Después de analizar los resultados obtenidos en el IDEM se establecen las prioridades que permitan mejorar diferentes aspectos del emprendimiento, los cuales definen las actividades del plan de trabajo en cada uno de los 120 emprendimientos que incluye:

- Ruta de Formalización
- Plan de negocios
- Identificación de canales de comercialización
- Portafolio de productos
- Fuentes de financiamiento
- Presupuesto y costos de producción y comercialización

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



Objetivo 3

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

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

El futuro del subsector panelero depende de su capacidad para atraer y retener el talento joven. Este programa no solo busca la continuidad de la tradición, sino la ruptura de brechas tecnológicas y comerciales a través del liderazgo de las nuevas generaciones.

Identificación y evaluación de Emprendimientos juveniles

Se han mapeado 68 emprendimientos e ideas de negocio que lideran los y las jóvenes, clasificándolos según su potencial de impacto en el mercado a partir de la aplicación del instrumento Índice de diagnóstico de los Emprendimientos Juveniles - IDEJ. Con este instrumento aplicado a los 68 emprendimientos Juveniles se identifican los siguientes aspectos:

- Nivel de Formalización
- Canales de distribución que utiliza
- Recursos Humanos
- Costos de producción
- Recursos financieros

Planes de trabajo de los emprendimientos Juveniles

Cada emprendimiento dispone de un plan de trabajo estructurado a partir de los aspectos de mejora que el IDEJ identificó. Estos planes de trabajo desarrollan aspectos tales como:

- Procesos de formalización
- Aspectos de innovación que mejoren la producción y comercialización
- Manejo de presupuestos y costos
- Fuentes de financiamiento



Procesos de capacitación:

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

- **Estado de Avance:** A la fecha, se han ejecutado con éxito 40 sesiones, lo que representa un cumplimiento del 25% de la meta anual. En temas cómo
 - Marketing digital y comercio electrónico.
 - Habilidades blandas: Oratoria, negociación y resolución de conflictos.

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

Objetivo 4

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

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

Implementación de Planes de Trabajo Académico-Productivos

Cada una de las 10 escuelas cuenta con una hoja de ruta técnica que articula la teoría con la práctica **Componentes del Plan:**

- La alineación de los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) con las necesidades del sector rural
- Adaptación curricular en áreas de ciencias naturales y gestión empresarial.
- Montaje de unidades productivas a pequeña escala dentro de las instituciones.
- Intercambios de saberes entre productores veteranos y estudiantes.

Gobernanza, Monitoreo y Seguimiento

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

- **Ciclo de Reuniones:** La meta total es de 50 reuniones de seguimiento técnico durante el ciclo del programa (5 por escuela).
- **Avance Trimestral:** Durante este periodo se ejecutaron 17 reuniones estratégicas, logrando:
 - Ajustar cronogramas de prácticas de actividades
 - Recoger retroalimentación directa de los docentes vinculados.

Desarrollo de Competencias y Cultura Emprendedora

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

Se realizaron las primeras 17 capacitaciones, impactando directamente a la comunidad estudiantil en temas como

- Contexto e identidad panelera
- Identificación de oportunidades en el subsector panelero
- Emprendimiento rural e innovación panelera
- Creación de un modelo de negocio de un emprendimiento panelero



Objetivo 5

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

- Identificación de 40 pilotos de formalización laboral que Implementen procesos de sensibilización en formalización laboral y seguridad y salud en el trabajo: Se realizaron 40 visitas para la realización de los diagnósticos en los 8 departamentos en los que el programa se desarrolla
- Planes de trabajo de los 40 pilotos de sensibilización en formalización y SST: se diseña y entrega el plan de trabajo a la Unidad productiva para su implementación. 40 planes de trabajo diseñados y socializados
- Talleres de capacitación en sensibilización en formalización laboral y SST: Se diseñaron los contenidos y se dictaron 5 talleres departamentales en sensibilización en formalización laboral y SST, en los cuales han participado 160 personas





4. SISTEMA DE INFORMACIÓN PANELERO (SIPA) INFORME GESTION SEGUNDO TRIMESTRE 2026

Para el segundo trimestre del año 2026 se han enfocado las acciones principalmente a dar continuidad al sistema de precios pagados al productor por Kg de panela, con la actualización semanal de los precios registrados para panelas corrientes y especiales en los departamentos de interés, así como el registro del precio del producto en plazas mayoristas y el precio en grandes superficies. Se ha buscado fortalecer la visualización de la información de precios en la página web del SIPA, a través de la creación de tableros interactivos y actualización de los tableros existentes.

De otro lado, se proyectó el informe anual de los datos consolidados de las áreas, producción y rendimiento de 2025, y se inició con la diagramación de esta información en mapas nacionales y departamentales en PDF e interactivos. Así mismo, se continuó con la recolección de las proyecciones de esta información para el año 2026 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.

De igual manera, 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.

Finalmente, se apoyó la creación de nuevos espacios de cooperación, así el trimestre, el área de sistemas continuó el trabajo conjunto con eki para impulsar procesos de innovación y transformación digital en el sector panelero, avanzando en la creación y lanzamiento del curso piloto de control biológico de *Diatraea* con herramientas de inteligencia artificial, la participación de productores en programas de formación rural y la realización de un taller de ideación para dar respuesta a las necesidades identificadas y oportunidades de la juventud panelera. Así mismo, se entró en contacto con la FAO para la inclusión del gremio panelero en el programa de financiamiento Facility y se apoyaron las gestiones para la aprobación y gestión logística requerida para la realización de un Bootcamp de Agricultura Digital AGTECH enfocado en el subsector panelero, en el marco del proyecto "Tecnologías digitales para la agricultura sostenible y la gestión de la biodiversidad".

Ejecución Presupuestal 2 Trimestre 2026

EJECUCION PRESUPUESTAL

PRESUPUESTO INICIAL	ACUERDOS Y TRASLADOS	PRESUPUESTO FINAL	PROYECTADO 1 TRIMESTRE	CUMPLIMIENTO TRIMESTRAL	CUMPLIMIENTO 2 TRIMESTRE	CUMPLIMIENTO ANUAL
\$ 551.433.740	0	\$ 551.433.740	\$ 124.334.267	97.183.132,00	78,16	38,16



El valor acumulado del año es del **38,16 %**

METAS Y LOGROS 2 TRIMESTRE 2026

ACTIVIDAD	PROYECTADO 2 TRIMESTRE	EJECUTADO 2 TRIMESTRE	%
Actualización de la estadística panelera (Áreas, Rendimientos y Producción)	proyecciones preliminares para año 2026	proyecciones preliminares para año 2026	100%
	Recepcion de 6 archivos preliminares	Recepcion de 6 archivos preliminares	
Actualización constante del sistema de información de precios.	12 informes de precios cada semana	12 informes de precios cada semana	100%
	12 consolidados de precios semanales	12 consolidados de precios semanales	
	3 consolidados de precios mensuales	3 consolidados de precios mensuales	
	12 boletines de precios semanales	12 boletines de precios semanales	
Recolección y consolidación de costos de producción	Recepcion de costos de produccion 13 departamentos	Recepcion de costos de produccion 13 departamentos	100%
Fortalecimiento del sistema de información geográfico	procesamiento de 250 poligonos	procesamiento de 250 poligonos	100%
	creacion mapas departamentales 6 areas rwndimiento y produccion	creacion mapas departamentales 6 areas rwndimiento y produccion	
Actualización página web sipa	12 actualizaciones pagina web	12 actualizaciones pagina web	100%
Cumplimiento con el sistema de gestión documental y manejo de datos personales (ley de transparencia 1712 de 2014)	Mantenimiento actualizado del sistema de gestion documental	Mantenimiento actualizado del sistema de gestion documental	100%
Compra, actualización y mantenimiento de software y	Instalacion cortafuegos	Instalacion cortafuegos	100%
	Atencion por solicitud de incidentes	Atencion por solicitud de incidentes	
Desarrollo plataforma sipa	diagnostico de modificaciones plataforma sipa	diagnostico de modificaciones plataforma sipa	100%
	Contratacion modificaciones plataforma sipa	Contratacion modificaciones plataforma sipa	
Mejoramiento plataforma web para el manejo de información fondo de fomento panelero.	Recepcion de las modificaciones de la plataforma SIR-FFP, y pruebas de funcionamiento	Recepcion de las modificaciones de la plataforma SIR-FFP, y pruebas de funcionamiento	100%
Operación plataforma	Plataforma en funcionamiento	Plataforma en funcionamiento	100%

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

desincentivar

En este trimestre se realizaron las primeras proyecciones preliminares de información de las variables de área sembrada, área cosechada, rendimiento y producción para el año 2026 en base a la información consolidada para 2025 y la situación actual de precios, lo cual, ha desincentivado la actividad en lo corrido del año. Según las proyecciones el área sembrada total será de **181.627 hectáreas**, el área cosechada de **149678 hectáreas**, con una producción total de **880104 toneladas** de panela y un promedio de rendimiento de **5.28 toneladas** de panela por hectárea; en **29 departamentos** del país, cubriendo **577 municipios**.

Los datos proyectados por departamentos para 2026 se presentan a continuación:



**PROYECCIONES PRELIMINARES AREAS RENDIMIENTO Y PRODUCCION
2026**

DEPARTAMENTO	Área Sembrada (ha)	Área Cosechada (ha)	Producción (t)	Rendimiento (t/ha)
AMAZONAS	14,70	10,9824	34,70	3,16
ANTIOQUIA	30.171,67	26327,40269	126.576,16	4,81
ARAUCA	47,04	34,6368	93,74	2,71
BOLÍVAR	1.433,52	1094,016	7.465,07	6,82
BOYACÁ	15.650,81	10682,61621	84.427,67	7,90
CALDAS	8.335,63	6658,100935	30.627,26	4,60
CAQUETÁ	3.905,53	3533,0504	18.020,48	5,10
CASANARE	745,60	633,6	2.718,14	4,29
CAUCA	13.617,71	10596,17126	70.809,75	6,68
CESAR	3.133,06	2214,8544	10.474,98	4,73
CHOCÓ	2.893,94	2095,9488	4.193,53	2,00
CÓRDOBA	884,94	648,8064	2.182,05	3,36
CUNDINAMARCA	31.805,16	29595,96471	133.181,84	4,50
GUAJIRÁ	3,92	2,5344	15,21	6,00
GUAVIARE	1.196,58	876,9024	3.612,84	4,12
HUILA	6.705,06	4487,81245	31.414,69	7,00
LA GUAJIRA	75,46	54,912	416,23	7,58
META	1.385,50	1186,68	6.764,08	5,70
NARIÑO	12.255,35	9990,0416	73.926,31	7,40
NORTE DE SANTANDER	4.792,50	4101,68	18.047,39	4,40
PUTUMAYO	2.058,00	1490,2272	4.987,98	3,35
QUINDÍO	271,46	207,328	1.417,01	6,83
RISARALDA	3.118,37	2351,259468	15.753,44	6,70
SANTANDER	21.168,00	17066,72	153.600,48	9,00
SUCRE	230,30	168,96	830,56	4,92
TOLIMA	9.460,80	8418,0096	49.922,67	5,93
VALLE DEL CAUCA	6.054,68	4997,801503	28.026,01	5,61
VAUPÉS	10,00	3,52	14,50	4,12
VICHADA	201,88	147,84	550,06	3,72
Total general	181.627,17	149.678,38	880.104,83	5,28

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

Durante el segundo trimestre del año 2026, semanalmente se ha realizado la recolección de precios para panelas corrientes y especiales en las plazas de mercado del país, por parte del personal de asistencia técnica, para posterior análisis y procesamiento del área de sistemas, con el fin de generar los boletines semanales correspondientes tanto para redes sociales e interesados, y posterior difusión en la página web del SIPA.

Durante este periodo se han recolectado precios de 9 semanas con un total de 117 formatos de registros de precios en 13 departamentos del país, de los cuales se han emitido 8 boletines, obteniendo como resultado los siguientes datos:



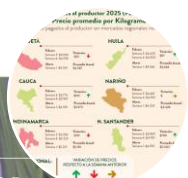
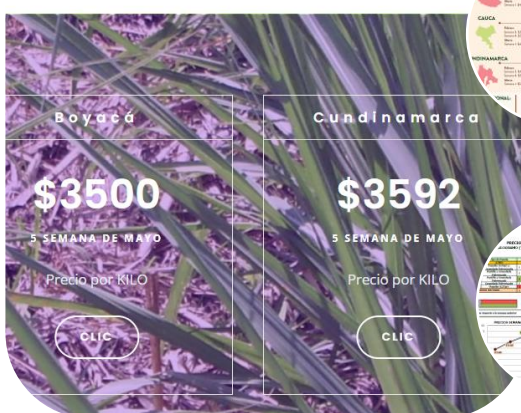
BOLETINES

Boletín Semanal: Quinta semana de mayo de 2026

Los precios más representativos para la quinta semana de mayo comprendida entre el 20 y el 26 de mayo de 2026.
Precios regionales pagados al productor en la informalidad.



Actualización Semanal "SIPA"



Boletín Semanal Panelas Corrientes



Boletín Semanal Panelas Especiales

Precios pagados al productor por Kg de panela – Panelas corrientes

Según los datos recopilados, el comportamiento 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 **\$4.173** en la primera semana de mayo, luego de lo cual el precio comenzó a aumentar con una pendiente no tan pronunciada considerable durante todo el mes de mayo. 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 5 semana de mayo es de \$ 4.316. Los precios durante este periodo (enero a mayo) han tendido una tendencia inestable que varía todas las semanas y se ha mantenido entre los \$4.150 pesos y los \$4.700 pesos, pero con una tendencia general a la baja. Durante el segundo trimestre los precios continuaron el descenso que se ha venido presentando desde el primer trimestre. En lo corrido del año, los precios más elevados se han presentado en diferentes departamentos, y para el segundo trimestre se presentaron mayormente en el departamento de Risaralda, así mismo, para el segundo trimestre el menor precio se presentó en Nariño, Boyacá y Antioquia, variando respecto a los departamentos que presentaron menores precios para primer trimestre, tal y como se observa en la Gráfica 1.



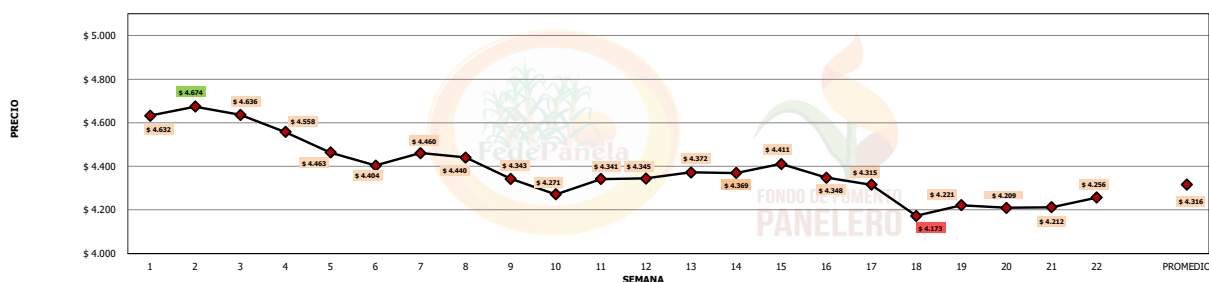
MESES	ENERO					FEBRERO					MARZO					ABRIL					MAYO					Variación	PROMEDIO ANUAL
DEPARTAMENTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
ANTIOQUIA	\$ 4.233	\$ 4.267	\$ 4.267	\$ 4.333	\$ 4.167	\$ 4.033	\$ 4.033	\$ 4.200	\$ 3.900	\$ 3.800	\$ 4.000	\$ 4.100	\$ 4.233	\$ 4.133	\$ 4.000	\$ 3.933	\$ 4.200	\$ 3.867	\$ 3.967	\$ 4.200	\$ 3.500	\$ 3.600	#	100	\$ 4.044		
BOYACA	\$ 4.850	\$ 4.850	\$ 4.800	\$ 4.720	\$ 4.500	\$ 4.250	\$ 4.200	\$ 4.050	\$ 4.000	\$ 4.070	\$ 4.300	\$ 4.300	\$ 4.050	\$ 4.300	\$ 4.200	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 3.900	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.500	100	\$ 4.165			
CALDAS	\$ 4.466	\$ 4.466	\$ 4.583	\$ 4.458	\$ 4.541	\$ 4.541	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 4.250	\$ 4.240	\$ 4.240	\$ 4.340	\$ 4.271	\$ 4.271	\$ 4.305	\$ 4.305	\$ 4.340	\$ 4.340	\$ 4.583	\$ 4.618	\$ 4.652	\$ 4.722	#	69	\$ 4.433		
CAQUETA	\$ 5.022	\$ 5.012	\$ 5.012	\$ 5.012	\$ 5.062	\$ 4.952	\$ 4.772	\$ 4.802	\$ 4.772	\$ 4.812	\$ 4.722	\$ 4.766	\$ 4.716	\$ 4.676	\$ 4.632	\$ 4.602	\$ 4.546	\$ 4.516	\$ 4.480	\$ 4.440	\$ 4.410	\$ 4.450	#	40	\$ 4.736		
CAUCA	\$ 4.200	\$ 4.320	\$ 4.380	\$ 4.480	\$ 4.370	\$ 3.680	\$ 3.680	\$ 3.680	\$ 3.680	\$ 4.090	\$ 4.090	\$ 4.220	\$ 4.140	\$ 4.140	\$ 4.260	\$ 4.040	\$ 3.950	\$ 3.960	\$ 3.730	\$ 3.820	\$ 4.040	\$ 4.080	#	40	\$ 4.000		
CUNDINAMARCA	\$ 4.613	\$ 4.984	\$ 4.658	\$ 4.244	\$ 4.440	\$ 4.503	\$ 4.721	\$ 4.494	\$ 4.344	\$ 4.296	\$ 4.292	\$ 4.338	\$ 4.336	\$ 4.388	\$ 4.444	\$ 4.340	\$ 4.096	\$ 4.036	\$ 3.943	\$ 3.664	\$ 3.560	\$ 3.592	#	32	\$ 4.288		
HUILA	\$ 4.200	\$ 4.200	\$ 4.450	\$ 4.450	\$ 3.883	\$ 3.416	\$ 4.133	\$ 4.266	\$ 4.133	\$ 3.333	\$ 3.391	\$ 3.450	\$ 4.050	\$ 3.967	\$ 4.133	\$ 4.026	\$ 3.950	\$ 3.750	\$ 3.683	\$ 3.700	\$ 4.233	\$ 4.533	#	300	\$ 3.969		
NARIÑO	\$ 4.067	\$ 3.983	\$ 4.000	\$ 4.067	\$ 4.100	\$ 4.200	\$ 3.867	\$ 3.870	\$ 3.767	\$ 3.833	\$ 3.889	\$ 3.733	\$ 3.667	\$ 3.667	\$ 3.700	\$ 3.667	\$ 3.633	\$ 3.667	\$ 3.667	\$ 3.700	\$ 3.833	\$ 3.833	#	133	\$ 3.824		
NORTE DE SANTANDER	\$ 5.416	\$ 5.639	\$ 5.139	\$ 4.750	\$ 4.194	\$ 4.139	\$ 4.416	\$ 4.416	\$ 4.139	\$ 4.194	\$ 4.305	\$ 4.194	\$ 4.250	\$ 4.194	\$ 4.416	\$ 4.416	\$ 4.472	\$ 4.305	\$ 4.028	\$ 3.972	\$ 3.861	\$ 3.750	#	111	\$ 4.391		
RISARALDA	\$ 5.035	\$ 5.035	\$ 4.972	\$ 4.972	\$ 4.972	\$ 4.903	\$ 4.903	\$ 4.903	\$ 4.917	\$ 4.847	\$ 4.882	\$ 4.882	\$ 4.694	\$ 4.882	\$ 4.882	\$ 5.014	\$ 5.014	\$ 5.014	\$ 5.014	\$ 5.014	\$ 5.069	\$ 5.069	#	-	\$ 4.954		
SANTANDER	\$ 4.833	\$ 4.800	\$ 4.733	\$ 4.667	\$ 4.667	\$ 4.350	\$ 4.300	\$ 4.100	\$ 4.067	\$ 3.950	\$ 4.267	\$ 4.300	\$ 4.300	\$ 4.300	\$ 4.300	\$ 4.133	\$ 4.133	\$ 3.933	\$ 3.800	\$ 3.833	\$ 3.733	\$ 3.600	#	133	\$ 4.232		
TOLIMA	\$ 4.722	\$ 4.250	\$ 4.368	\$ 4.368	\$ 4.118	\$ 4.288	\$ 4.472	\$ 4.338	\$ 4.188	\$ 4.222	\$ 4.118	\$ 4.168	\$ 4.168	\$ 4.118	\$ 4.253	\$ 4.118	\$ 4.168	\$ 4.168	\$ 4.168	\$ 4.201	\$ 4.168	\$ 4.153	#	15	\$ 4.241		
VALLE DEL CAUCA	\$ 4.716	\$ 4.731	\$ 4.761	\$ 4.761	\$ 4.875	\$ 4.875	\$ 4.894	\$ 4.894	\$ 4.913	\$ 4.913	\$ 4.932	\$ 4.894	\$ 4.894	\$ 4.856	\$ 4.856	\$ 4.780	\$ 4.780	\$ 4.792	\$ 4.792	\$ 4.792	\$ 4.811	\$ 4.830	#	19	\$ 4.834		
PROMEDIO NACIONAL	\$ 4.632	\$ 4.674	\$ 4.636	\$ 4.558	\$ 4.463	\$ 4.404	\$ 4.460	\$ 4.440	\$ 4.343	\$ 4.271	\$ 4.341	\$ 4.345	\$ 4.372	\$ 4.369	\$ 4.411	\$ 4.348	\$ 4.315	\$ 4.173	\$ 4.221	\$ 4.209	\$ 4.212	\$ 4.256	#	45	\$ 4.316		

PRECIO MENOR SEMANAL	
PRECIO MAYOR SEMANAL	

Variación de precios respecto a la semana anterior



PRECIOS SEMANALES PAGADOS AL PRODUCTOR POR KG DE PANELA 2026
(PANELAS CORRIENTES)



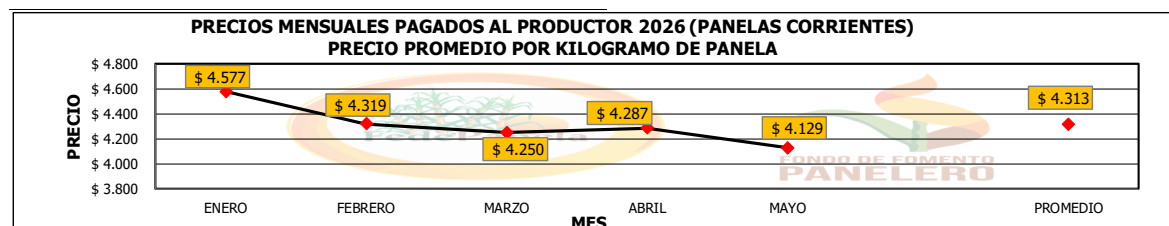
FUENTE: Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística certificada por el DANE N° CI 041 - 192 de 31 de diciembre de 2014

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

De otro lado, del análisis del comportamiento de los precios mensuales, se observa que en enero se registró un valor promedio de **\$4.577** y finalizando la cuarta semana de mayo se registró un valor de **\$4.129**, esto representa una disminución de 449 pesos y el **9,78%** en lo transcurrido del año, tal y como se presenta en la Gráfica 2.



Departamento	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	PROMEDIO
Antioquia	4.253	\$ 4.042	\$ 4.033	\$ 4.067	\$ 3.827	\$ 4.044
Boyacá	4.744	\$ 4.125	\$ 4.180	\$ 4.125	\$ 3.640	\$ 4.163
Caldas	4.503	\$ 4.448	\$ 4.273	\$ 4.305	\$ 4.583	\$ 4.422
Caquetá	5.024	\$ 4.825	\$ 4.754	\$ 4.614	\$ 4.459	\$ 4.735
Cauca	4.222	\$ 3.700	\$ 4.020	\$ 4.098	\$ 3.926	\$ 3.993
Cundinamarca	4.588	\$ 4.516	\$ 4.316	\$ 4.317	\$ 3.759	\$ 4.299
Huila	4.236	\$ 3.987	\$ 3.556	\$ 4.019	\$ 3.980	\$ 3.956
Nariño	4.033	\$ 3.908	\$ 3.781	\$ 3.667	\$ 3.707	\$ 3.819
Norte de Santander	5.027	\$ 4.277	\$ 4.236	\$ 4.375	\$ 3.983	\$ 4.380
Risaralda	4.997	\$ 4.906	\$ 4.826	\$ 4.948	\$ 5.054	\$ 4.946
Santander	4.740	\$ 4.204	\$ 4.204	\$ 4.217	\$ 3.780	\$ 4.229
Tolima	4.365	\$ 4.321	\$ 4.169	\$ 4.164	\$ 4.172	\$ 4.238
Valle del Cauca	4.769	\$ 4.894	\$ 4.908	\$ 4.818	\$ 4.803	\$ 4.838
Promedio Mes	\$ 4.577	\$ 4.319	\$ 4.250	\$ 4.287	\$ 4.129	\$ 4.313
PRECIO MAYOR						
PRECIO MENOR						



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

Departamento	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	PROMEDIO
Promedio Mes	\$ 4.577	\$ 4.319	\$ 4.250	\$ 4.287	\$ 4.129	\$ 4.313

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 2026.

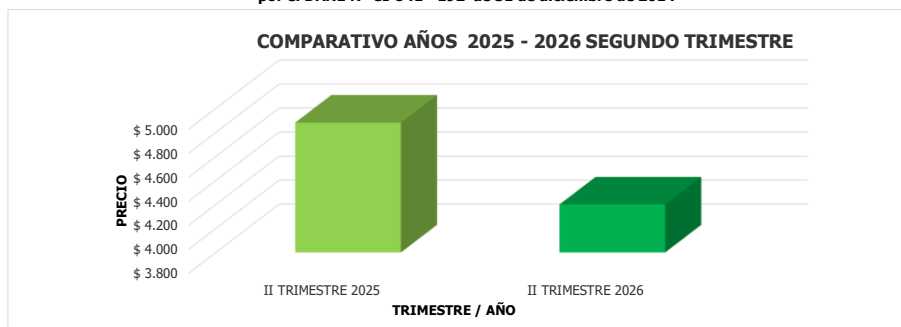
PRECIOS	MES	PROMEDIO SIMPLE	PROMEDIO PONDERADO
PRECIO MAYOR	2 SEMANA ENERO	\$ 4.674	\$ 4.653
PRECIO MENOR	1 SEMANA MAYO	\$ 4.173	\$ 4.360

Haciendo la comparación entre el segundo trimestre de 2025 y lo que va del segundo trimestre de 2026 se observa una disminución en el precio de \$ 682, lo cual significa una variación del 13,97%, tal como se observa en la Gráfica 3.



 COMPARATIVO SEGUNDO TRIMESTRE AÑOS 2025 - 2026 PRECIO PROMEDIO POR KILOGRAMO 					
SEMANA	II TRIMESTRE 2025	II TRIMESTRE 2026	ÚLTIMO MES	VARIACIÓN (\$)	VARIACIÓN (%)
DEPARTAMENTO					
ANTIOQUIA	4.149	3.933	BAJO	-215	-5,19
BOYACA	5.217	3.856	BAJO	-1.361	-26,10
CALDAS	4.741	4.459	BAJO	-282	-5,94
CAQUETA	4.669	4.528	BAJO	-141	-3,02
CAUCA	4.840	4.002	BAJO	-838	-17,31
CUNDINAMARCA	5.316	4.007	BAJO	-1.309	-24,62
HUILA	5.335	3.997	BAJO	-1.338	-25,09
NARIÑO	4.487	3.689	BAJO	-798	-17,79
N SANTANDER	4.945	4.157	BAJO	-788	-15,94
RISARALDA	4.764	5.007	SUBIÓ	243	5,10
SANTANDER	5.241	3.974	BAJO	-1.267	-24,17
TOLIMA	5.111	4.168	BAJO	-942	-18,44
VALLE	4.634	4.810	SUBIÓ	176	3,80
PROMEDIO NACIONAL	4.881	4.199	BAJO	-682	-13,97

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



Gráfica 3. Comparativo Precios 2025 y 2026 – Segundo Trimestre.

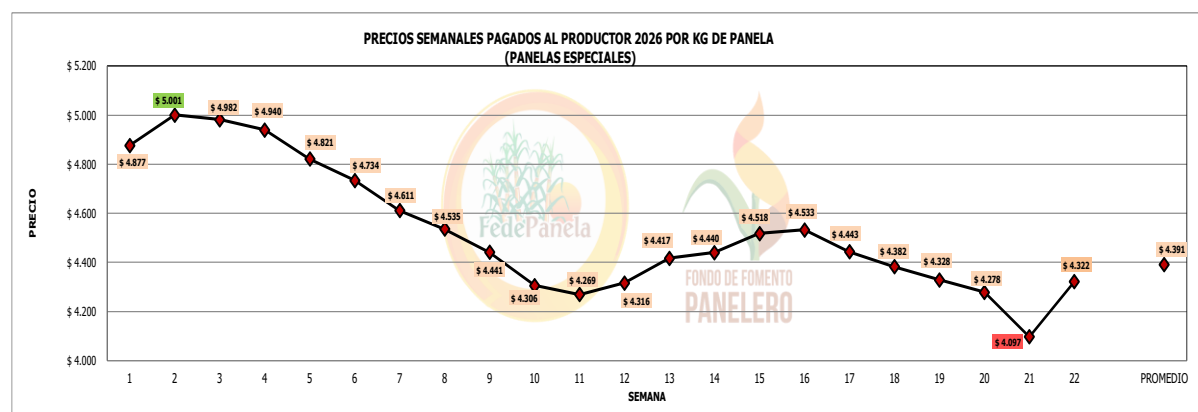
Precios pagados al productor por Kg de panela – Panelas especiales

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 cuarta semana de mayo de 2026, los precios de la panela especial en Colombia han mostrado una tendencia a la baja en la primera parte del año, seguido de una tendencia al alza las primeras semanas de abril, que no llegó a alcanzar los valores máximos de inicio de año (el mayor precio se presentó en la segunda semana de enero, correspondiente a **\$5.001**), luego de lo cual el precio volvió a bajar hasta alcanzar su valor más bajo en la 4 semana de mayo con un valor de **\$4.097** pesos, para recuperarse en la siguiente semana.



En conjunto, pese a que todos los departamentos han registrado una variación del precio en lo transcurrido del año, la tendencia general del precio es a la baja, presentando un promedio anual aritmético hasta la 5 semana de mayo es de \$ 4.391. Los precios más elevados en lo transcurrido del año se han presentado en su mayoría en el departamento de Antioquia, alcanzando su valor máximo entre la cuarta y quinta semana de enero, así mismo, el menor precio se ha registrado en la mayor cantidad de semanas en el departamento de Nariño, registrando un valor fluctuante entre \$3.600 y \$3.800 en varias semanas. Sus promedios anuales en lo transcurrido del año se calcularon en \$4.848 y \$3.864 respectivamente, tal y como se muestra en la Gráfica 4.

MESES	Tipo de Panela	ENERO					FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO					Variación	PROMEDIO ANUAL
DEPARTAMENTO	\$/Kilo	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	\$	\$
ANTIOQUIA	Panelin (125gr) y Granulada Pulverizada	\$ 5.250	\$ 5.317	\$ 5.417	\$ 5.500	\$ 5.450	\$ 4.867	\$ 4.617	\$ 4.817	\$ 4.717	\$ 4.617	\$ 4.617	\$ 4.800	\$ 4.833	\$ 4.800	\$ 4.783	\$ 4.700	\$ 4.783	\$ 4.650	\$ 4.650	\$ 4.733	\$ 4.317	\$ 4.417	↑\$ 100	\$ 4.848
BOYACÁ	Pastilla y Granulada Pulverizada	\$ 5.025	\$ 4.950	\$ 5.000	\$ 4.900	\$ 4.775	\$ 4.550	\$ 4.450	\$ 4.325	\$ 4.250	\$ 4.403	\$ 4.500	\$ 4.487	\$ 4.317	\$ 4.450	\$ 4.433	\$ 4.400	\$ 4.333	\$ 4.267	\$ 3.967	\$ 3.967	\$ 3.817	\$ 3.890	↑\$ 73	\$ 4.430
CUNDINAMARCA	Pastilla y Granulada Pulverizada	\$ 4.595	\$ 5.006	\$ 4.644	\$ 4.381	\$ 4.533	\$ 4.828	\$ 4.914	\$ 4.647	\$ 4.486	\$ 4.423	\$ 4.316	\$ 4.259	\$ 4.292	\$ 4.414	\$ 4.761	\$ 4.706	\$ 4.353	\$ 4.291	\$ 4.259	\$ 3.920	\$ 3.786	\$ 3.911	↑\$ 125	\$ 4.442
HUILA	Granulada Pulverizada	\$ 4.740	\$ 4.840	\$ 4.880	\$ 4.880	\$ 4.440	\$ 4.120	\$ 4.590	\$ 4.340	\$ 4.300	\$ 3.872	\$ 3.760	\$ 3.800	\$ 4.240	\$ 4.190	\$ 4.240	\$ 4.440	\$ 4.340	\$ 4.340	\$ 4.340	\$ 4.300	\$ 4.300	\$ 4.840	↑\$ 540	\$ 4.370
NARIÑO	Panelin (125gr)	\$ 4.150	\$ 4.000	\$ 4.200	\$ 4.200	\$ 4.200	\$ 4.300	\$ 3.800	\$ 3.800	\$ 3.700	\$ 3.850	\$ 3.850	\$ 3.700	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.700	\$ 3.600	\$ 3.700	\$ 3.700	\$ 3.700	\$ 3.800	\$ 3.850	↑\$ 250	\$ 3.864
PROMEDIO NACIONAL		\$ 4.877	\$ 5.001	\$ 4.982	\$ 4.940	\$ 4.821	\$ 4.734	\$ 4.611	\$ 4.535	\$ 4.441	\$ 4.306	\$ 4.269	\$ 4.316	\$ 4.417	\$ 4.440	\$ 4.518	\$ 4.533	\$ 4.443	\$ 4.382	\$ 4.328	\$ 4.278	\$ 4.322	\$ 4.097	↑\$ 225	\$ 4.391
PRECIO MENOR SEMANAL																									
PRECIO MAYOR SEMANAL																									
Variación de precios respecto a la semana anterior																									



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

Gráfica 4. Precios Semanales al productor 2025 - Panelas Especiales.

Precios promedios ponderados pagados al productor por Kg de panela – Panelas corrientes

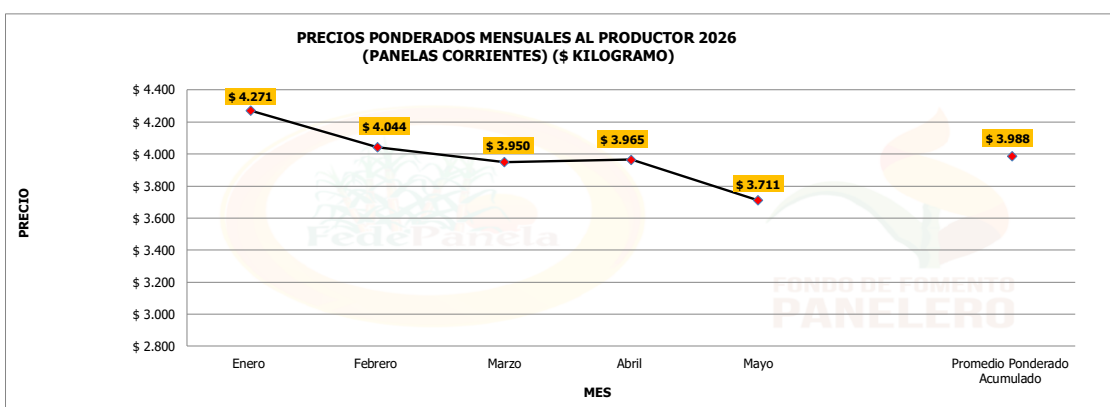
A continuación, se presentan los datos de precios ponderados para 2026 calculados con la producción consolidada de 2025.

De acuerdo con los valores ponderados presentados, el precio promedio presentado para la quinta semana de mayo fue de \$3.711, así mismo, el precio promedio ponderado acumulado es de \$3.988 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, los cuales evidencian una tendencia general a la baja.

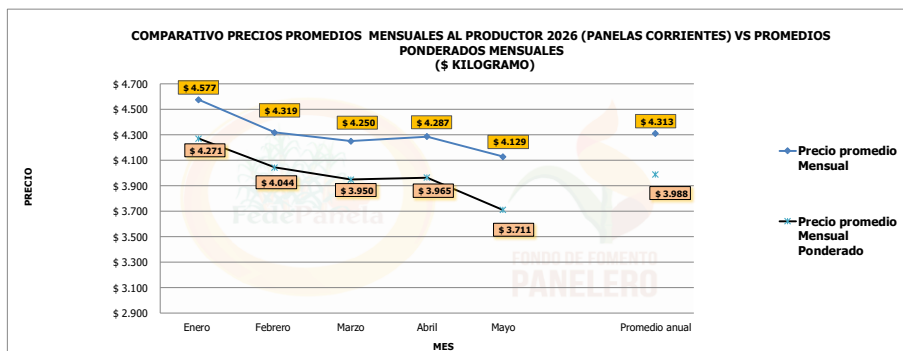
PRECIOS PROMEDIOS MENSUALES PAGADOS AL PRODUCTOR 2026 (PANELAS CORRIENTES) PROMEDIOS PONDERADOS (\$ KILOGRAMO)								
ARTAMENTO	PRODUCCIÓN POR DPTO PROY. 2025	PESO PONDERADO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Promedio Ponderado Acumulado
LOS NACIONALES	1.009.725	1	\$ 4.271	\$ 4.044	\$ 3.950	\$ 3.965	\$ 3.711	\$ 3.988



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

Gráfica 5. Precios Ponderados mensuales 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 cinco meses de 2026, de acuerdo a lo registrado hasta la quinta semana de mayo, denotando que el valor ponderado promedio se encuentra 7,52% por debajo del promedio mensual calculado a partir de la información real tomada en los mercados regionales no formales.

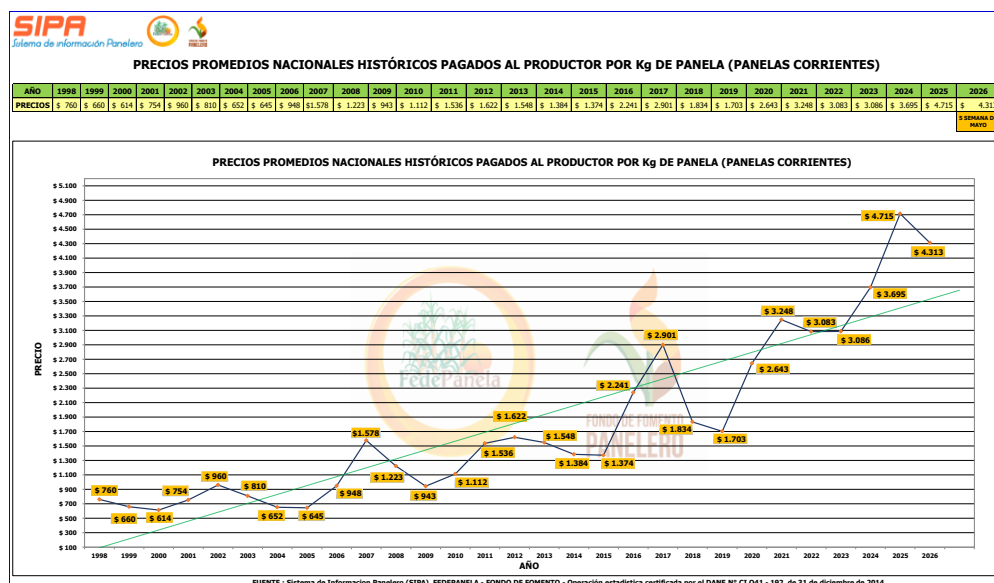


FUENTE : Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística certificada por el DANE N° CI 041 - 192 de 31 de diciembre de 214

Gráfica 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 2026, los precios se han ubicado por debajo del precio promedio registrado para el año 2025, en un porcentaje de **8,53%** menor, tal y como se observa en la Gráfica 7.



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

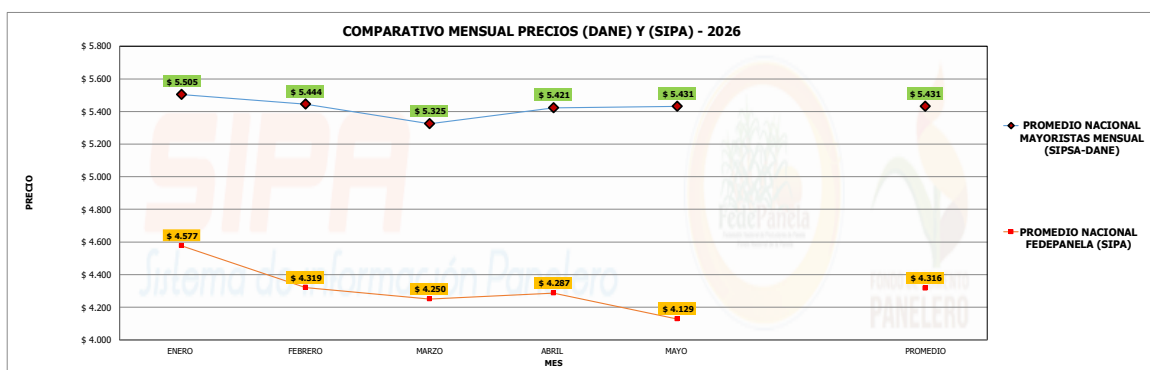
Precios pagados por Kg de panela en plazas mayoristas – SIPSA DANE



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 quinta semana de mayo. Del promedio anual calculado se calcula una diferencia aproximada del **20,52 %** entre ambos valores (Gráfica 8).

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

MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	PROMEDIO
PROMEDIO NACIONAL MAYORISTAS	\$ 5.505	\$ 5.444	\$ 5.325	\$ 5.421	\$ 5.431	\$ 5.431
PROMEDIO NACIONAL FEDEPANELA	\$ 4.577	\$ 4.319	\$ 4.250	\$ 4.287	\$ 4.129	\$ 4.316



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

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, a partir de 2026 se realizó la división de los dos tipos de mercados, respondiendo a la solicitud de la junta realizada en 2025. Se presenta a continuación las tiendas y tipos de panela de los cuales se ejecutó el reporte semanal de

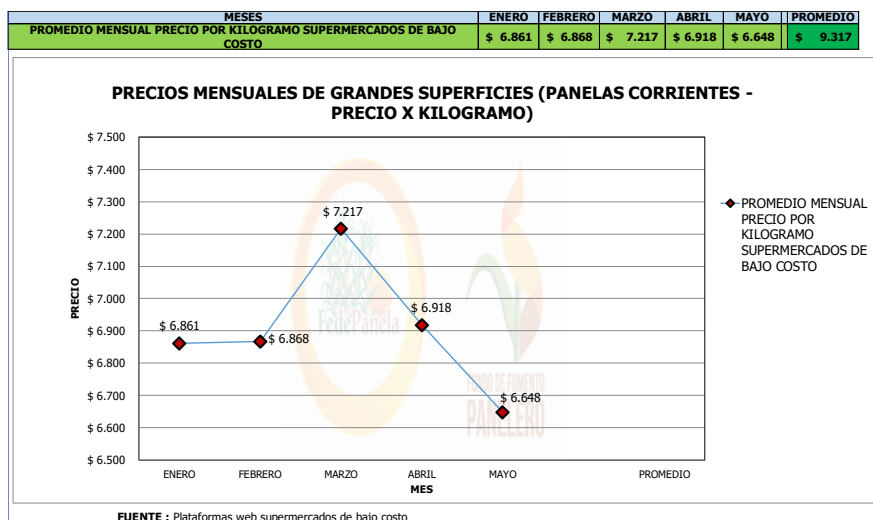


información publicada en las respectivas páginas corporativas de los mismos, con el fin de tener una comparación de los precios a lo largo de la cadena.

	Tipo de Panela
Grandes superficies	Corrientes x Kilogramo
Jumbo	Cuadrada, Redonda, Panelon
Éxito	Cuadrada, Redonda
Carulla	Cuadrada, Redonda

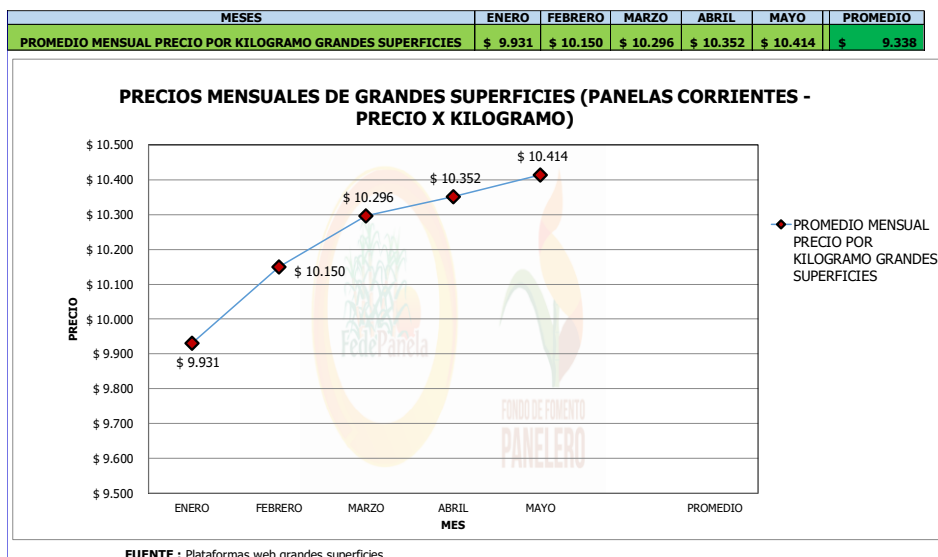
	Tipo de Panela
Supermercados de bajo costo	Corrientes x Kilogramo
D1	Cuadrada, Redonda, Fraccionada
Ara	Cuadrada, Redonda

A continuación, en la Gráfica 9 se muestran los precios promedios mensuales para supermercados de bajo costo desde la 1 semana de enero hasta la 5 semana de mayo para panelas corrientes.



Grafica 9. Precios Mensuales por Kg de panela en supermercados de bajo costo (Panelas Corrientes)

A continuación, en la Gráfica 10 se muestran los precios promedios mensuales para grandes superficies desde la 1 semana de enero hasta la 5 semana de mayo para panelas corrientes.



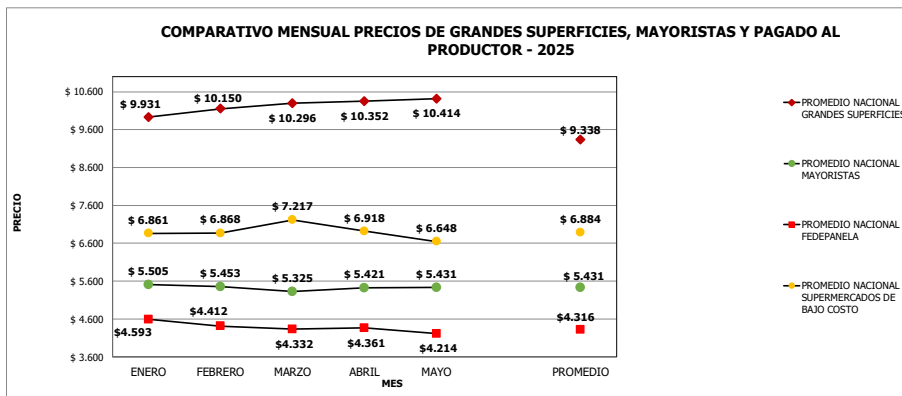
Grafica 10. Precios Mensuales por Kg de panela en Grandes Superficies (Panelas Corrientes)

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

A continuación, en la Gráfica 11, se muestra el gráfico comparativo mensual de los precios pagados al productor por Kg de panela reportados semanalmente en la plataforma SIPA, los precios mayoristas reportados por el SIPSA (DANE) y los precios reportados en las plataformas por 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 **53,78%**, para el promedio anual calculado para 2026.



MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	PROMEDIO
PROMEDIO NACIONAL GRANDES SUPERFICIES	\$ 9.931	\$ 10.150	\$ 10.296	\$ 10.352	\$ 10.414	\$ 9.338
PROMEDIO NACIONAL SUPERMERCADOS DE BAJO COSTO	\$ 6.861	\$ 6.868	\$ 7.217	\$ 6.918	\$ 6.648	\$ 6.884
PROMEDIO NACIONAL MAYORISTAS	\$ 5.505	\$ 5.453	\$ 5.325	\$ 5.421	\$ 5.431	\$ 5.431
PROMEDIO NACIONAL FEDEPANELA	\$ 4.593	\$ 4.412	\$ 4.332	\$ 4.361	\$ 4.214	\$ 4.316



Sistema de Información Panelero (SIPA) FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO - Operación estadística
 FUENTE: Plataformas web grandes superficies | DANE- Boletín semanal de precios Mayoristas.

Gráfica 11. Comparativo Precios Mensuales pagados al productor, en plazas mayoristas y grandes superficies (paneles corrientes).

Tablero interactivo de precios página SIPA

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

TABLERO INTERACTIVO DE PRECIOS SEMANALES PAGADOS AL PRODUCTOR POR KG DE PANELA

A continuación encontrará un tablero interactivo que le permitirá consultar los precios promedios pagados al productor por Kg de **panela**, en mercados regionales no formales.

La información se encuentra clasificada para los años 2026 y 2025 según tipo de **panela**, para los departamentos y municipios que son los mayores productores del país y puede filtrarse según su fecha de interés.



Figura 1. Menú principal tablero de precios 2026 y 2025



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

Durante este trimestre se han recibido los costos de producción de 13 departamentos, los cuales se encuentran en proceso de revisión y consolidación.

Objetivo Específico 4: Fortalecimiento del sistema de información geográfico

Consolidación – Base de datos nacional

De acuerdo con lo propuesto en la ficha del programa, se procesaron los 250 polígonos trimestrales, los cuales han sido levantados previamente. Con esto, se consolidaron 5250 polígonos en la base de datos y el mapa nacional en lo transcurrido de 2026.

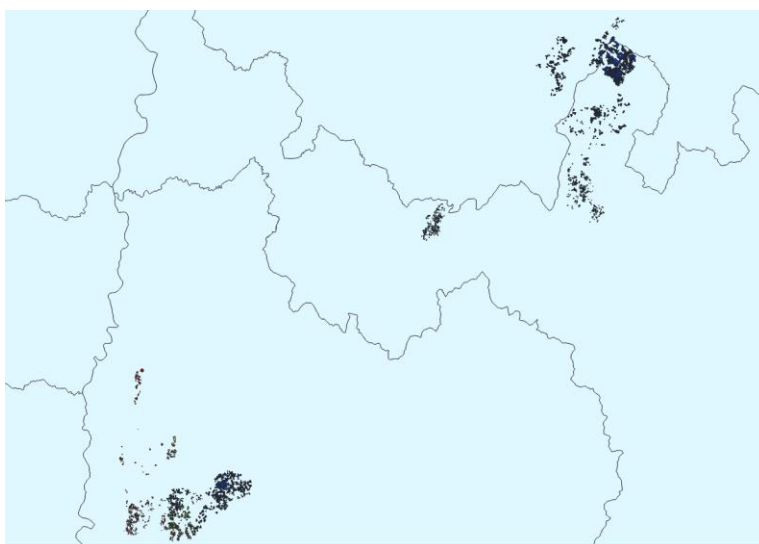
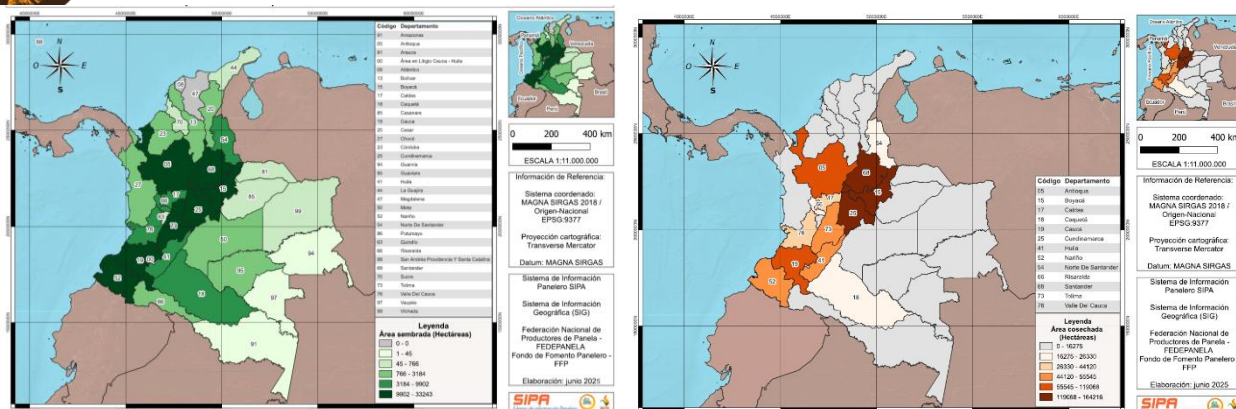


Figura 2. Consolidación base de datos nacional.

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 2025, 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 3-4. Mapas de Área sembrada en caña panelera Colombia 2025 y Departamentos paneleros: Área Cosechada – 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:

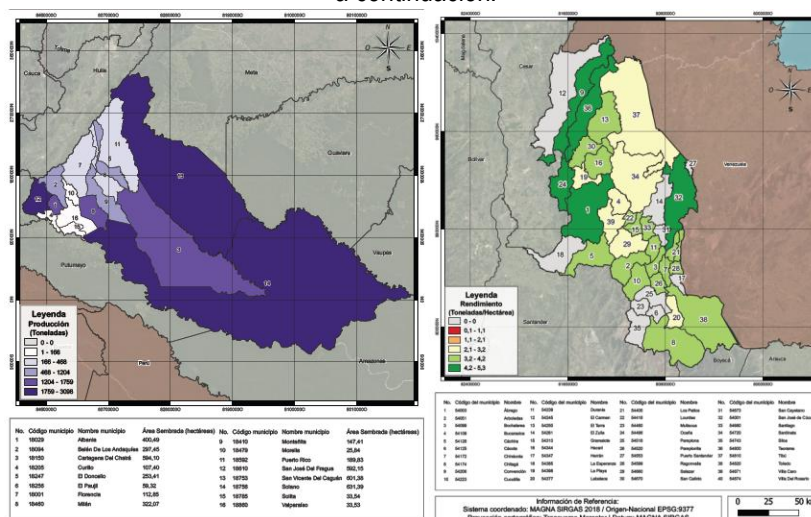


Figura 5-6. Mapas de Área cosechada, sembrada, producción y rendimiento para diferentes departamentos para el año 2025.

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.

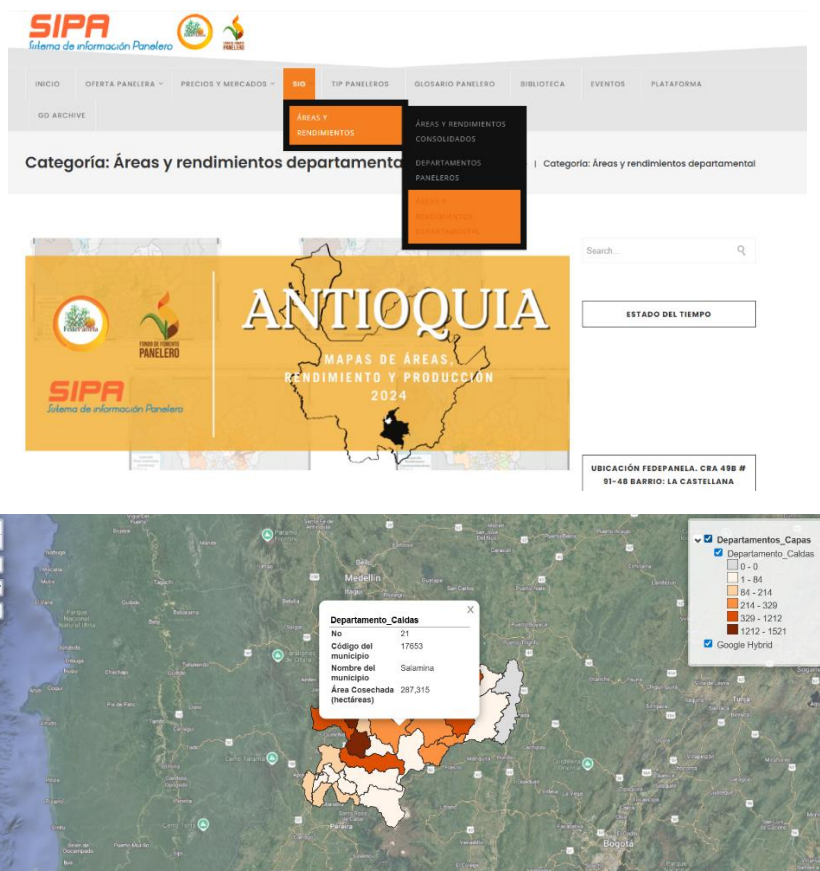


Figura 7-8. Actualización de página SIPA con mapas de Área cosechada, sembrada, producción y rendimiento para los departamentos paneleros para el año 2025 y mapas interactivos.

Objetivo Específico 5: Actualización página web SIPA.

Se realizaron las actualizaciones semanales de precios tanto en la página web www.sipa.org.co y la divulgación del boletín de precios semanalmente, mensual e histórico para panelas corrientes y especiales en el transcurso del año 2026, así mismo, se elaboraron mapas interactivos que representan la información del boletín semanal de precios y también se publicaron en la página web del SIPA. En conjunto con el área de comunicaciones se realiza la difusión del boletín semanal en las redes sociales.



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

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

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

Sistema de Gestión Documental - FFP

Para dar cumplimiento a lo establecido en Decreto 1222 de 2025, en relación con los principios de transparencia, publicidad y pluralidad de oferentes, durante el segundo trimestre del año 2026 se trabajó en la búsqueda de empresas y personas naturales que cumplan con el pliego de condiciones establecido para la contratación del apoyo para el cumplimiento del programa de gestión documental para el FFP.

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

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



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

Así mismo, se realizó el seguimiento de la creación de las carpetas para 2026, y asignación a los usuarios encargados de las áreas, de acuerdo con las TRD aprobadas para cada una de las áreas y que comenzaron a regir a partir de este año.

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

Sistema de protección de datos personales

Para 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) - FEDEPANELA, también se continuó con la ejecución del cronograma y plan de trabajo establecido para 2026; para las anteriores finalidades LOGTEC CONSULTING GROUP 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.
 - 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.
 - Seguimiento del proceso de levantamiento de bases de datos en uso por parte de FEDEPANELA-FFP. Seguimiento de cargue de información por parte del área administrativa y de recaudo.
 - Solicitud de actualización formato de firma de Fedepanela-FFP para adición de mensaje informativo relacionado con protección de datos personales.
 - Solicitud de adición de mensaje informativo relacionado con protección de datos personales en plataformas web de uso interno del Fondo de Fomento Panelero (SIPA y SIRFPP).
 - Solicitud de creación de fondo de pantalla para adición de mensaje informativo relacionado con protección de datos personales en computadores del FFP.



- Solicitud de actualización de mensajes informativos de grabación y restricción de grabación para su actualización en la oficina de Fedepanela.
 - Solicitud de grabación de mensaje de respuesta interactiva para el contestador de Fedepanela, con el fin de adicionar mensaje informativo relacionado con protección de datos personales para las personas que llaman a comunicarse con el FFP.
 - Revisión por parte de LOGTEC CONSULTING GROUP de los procedimientos internos del FFP para revisión de necesidad de añadir información relacionada con protección de datos personales.
2. Atención de solicitudes internas de los colaboradores del FFP (Elaboración de autorizaciones de tratamientos de datos, formularios digitales de recolección de información, etc.)
- Respuesta a solicitud de Universidad EAN sobre la información de productores y asociaciones presentes en los departamentos de Boyacá y Santander.
 - 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.
 - Revisión del párrafo de protección de datos para el registro de asistencia a las sensibilizaciones de protección de datos personales del FFP.
 - Revisión de adición de aviso de privacidad a convocatoria realizada por el área comercial (TdR).
 - Revisión de las cláusulas de protección de datos personales y confidencialidad con las que cuentan los contratos del FFP para contrastar si cumplen con la normativa vigente en materia de protección de datos personales, y solicitud de actualización del formato a las áreas competentes, a fin de cumplir con las especificaciones exigidas por la Ley.
 - 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.
 - Proyección del párrafo de protección de datos empleado en recolección de información digital en formato de censo panelero del área técnica.
 - Proyección del párrafo de protección de datos empleado en formulario de recolección de información para la inscripción de candidatos a la junta del FFP periodo 2026-2028.
3. Atención de solicitudes de terceros, entre estas están, empresas con las que se firman acuerdos o convenios.
- Revisión de acuerdo de transmisión de datos personales con el Fondo Nacional de Garantías.
 - Revisión de párrafo de protección de datos personales del convenio entre eki y Fedepanela.
 - Consulta sobre la procedencia de compartir ubicación de los trapiches presentes en Nariño.

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

Durante este trimestre se llevó a cabo la compra de un termómetro y del aire acondicionado requerido para la climatización del cuarto donde se encuentran los servidores, para dar cumplimiento al plan de trabajo propuesto para responder las observaciones de la auditoría de sistemas en 2025, 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.

Objetivo Específico 9: desarrollo plataforma sipa

Durante este trimestre se realizó la concertación con el área de asistencia de las modificaciones necesarias a esta plataforma. Adicionalmente se realizó la contratación de las modificaciones propuestas.

Objetivo Específico 10: PLATAFORMA WEB PARA EL MANEJO DE INFORMACION FONDO DE FOMENTO PANELERO. FASE 2

En este trimestre se realizó la terminación de esta actividad recibiendo las actualizaciones y los módulos nuevos de la plataforma, se realizaron las pruebas y se pusieron en funcionamiento estas actualizaciones

Objetivo Específico 11: FASE DE OPERACIÓN

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

Para este proyecto se realizaron las siguientes actividades:

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

INFORME DE INVENTARIO SEGUNDO TRIMESTRE



No	Usuario	Ingreso a almacén	Salida de almacén	Devolución a almacén	Devolución a impresor	Rollos
1	Cinta Andina	0	0	0	0	0
2	Bodega Principal	7470	7740	0	0	-270
3	Cristina Roldán	0	1350	0	0	1350
4	Derly Janeth Carvajal Holguin	0	180	0	0	180
5	Linda Lucía Rojas Gómez	0	360	0	0	360
6	Sandra Yorleny Tinoco Tinoco	0	270	0	0	270
7	Marisol Niño Rueda	0	180	0	0	180
8	Huberto Ruíz	0	270	0	0	270
9	Rodolfo Velasco	0	1170	0	0	1170
10	Myriam Argenis Ramos Rojas	0	450	0	0	450
11	Gerardo Guzmán	0	270	0	0	270
12	Diana Patricia Carvajal	0	1080	0	0	1080
13	Angela Jurado Rosero	0	360	0	0	360
14	Gina Alejandra Cristancho	0	1350	0	0	1350
15	Cristina Bolaños	0	270	0	0	270
16	Alejandra Palacio	0	90	0	0	90
17	Carlos Alberto Morales Muñoz	0	90	0	0	90
Totales		7470	7740	0	0	7470

Según el registro de inventarios desde el 1 de abril al día 9 de junio han ingresado 7.470 rollos de etiquetas y salieron 7740 rollos.

Objetivo Específico 12: CAPACITACION DELEGADOS

La capacitación de los delegados está proyectada para el tercer trimestre.

OTRAS ACTIVIDADES

Durante el segundo trimestre del 2026 desde el área de sistemas se lideraron reuniones semanales con eki, la empresa de educación virtual centrada en población rural, avanzando en la ruta de trabajo establecida a principio de año:

1. Creación del **curso** piloto en Whatsapp de Control Biológico de Diatraea: “Más caña, menos plaga, Curso Diatraea”, el cual incluye la incorporación de un asistente virtual de IA alimentado a partir de la información existente del curso. Se realizó su lanzamiento a 99 productores inscritos luego de haber sorteado las pruebas por parte del equipo de Fedepanela.
2. Se generaron recordatorios semanales en el grupo de apoyo establecido de apoyo para la resolución de inquietudes a los participantes inscritos a través de Fedepanela en el Programa de Aceleración en Innovación y Emprendimiento Rural brindado por eki en alianza con otras instituciones. Se apoyó en la difusión de piezas gráficas y comunicación de recordatorio de participación, así como la creación de un formulario para realizar seguimiento a la participación de inscritos.
3. Gestión técnica y logística de un taller de ideación, denominado “Laboratorio de ideación para la atención de necesidades del subsector panelero” de acuerdo con las necesidades identificadas en el taller de diseño de futuros, con el fin de dar una respuesta oportuna. Participación activa en el taller y sistematización de resultados obtenidos.



Figura 9. Laboratorio de ideación para la atención de necesidades del subsector panelero.

4. Apoyo en la proyección del convenio interinstitucional entre eki y Fedepanela para acordar las actividades y responsabilidades entre las partes. Radicación ante el área jurídica de la versión final del documento.

Por otra parte, desde el área de sistemas de información se acompañó a la gerencia general a participar en la reunión de inauguración del programa *Facility*, en el que la FAO invitó al gremio panelero a hacer parte. Se escuchó sobre la propuesta y se realizó reunión de seguimiento con los implementadores para facilitar la ejecución de actividades conjuntas.

5. INFORME SEGUNDO TRIMESTRE 2026 PROGRAMA APOYO A LA GESTIÓN COMERCIAL

1. Introducción

Durante el segundo trimestre de 2026, el Área Comercial desarrolló una agenda estratégica orientada al fortalecimiento de las capacidades comerciales y exportadoras de las empresas y asociaciones, con énfasis en la preparación para su participación en escenarios de negociación internacional y en la consolidación de procesos de internacionalización sostenibles. Las acciones ejecutadas se enfocaron en brindar acompañamiento técnico especializado, abordando aspectos clave como la formalización empresarial, el cumplimiento de requisitos normativos, la estructuración de costos de exportación, la definición de estrategias comerciales y la identificación de oportunidades en mercados internacionales.

En el marco de esta estrategia, se desarrollaron múltiples asesorías exportadoras en diferentes regiones del país, en las cuales se socializaron de manera integral los procedimientos, requisitos y condiciones necesarias para el acceso a mercados internacionales, incluyendo registros ante entidades como la DIAN, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e INVIMA, así como el uso de herramientas fundamentales como la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) y la firma digital. Estas asesorías permitieron evidenciar tanto el interés creciente de las organizaciones por incursionar en procesos de exportación directa, como las principales brechas existentes en materia de formalización, estandarización productiva, cumplimiento de requisitos sanitarios, estructuración de costos y conocimiento técnico del comercio exterior.



De manera complementaria, se adelantaron acciones orientadas al alistamiento comercial del sector, incluyendo la preparación para la Macrorrueda de las Américas 2026, donde se brindó orientación sobre la definición de objetivos de participación, estructuración de precios bajo términos internacionales (FOB), análisis de mercados y fortalecimiento de la oferta exportable. Asimismo, se promovió la diversificación del portafolio del sector, resaltando productos con valor agregado como panela pulverizada, orgánica y derivados, lo cual permitió mejorar la propuesta comercial frente a compradores internacionales y generar espacios efectivos de conexión comercial con mercados estratégicos de América, Europa y Oceanía.

Adicionalmente, se desarrollaron acciones de fortalecimiento técnico dirigidas tanto a los empresarios como al equipo comercial, entre ellas la realización de talleres prácticos sobre estructura de costos de exportación, orientados a comprender los componentes logísticos, financieros y operativos de una operación internacional, así como el uso adecuado de los INCOTERMS para la elaboración de cotizaciones competitivas. Estas actividades contribuyeron a mejorar la capacidad de respuesta del sector frente a las exigencias del mercado internacional y a facilitar la toma de decisiones comerciales informadas.

Metas del programa comercial

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

Tabla 1. Avances de las metas y logros proyectados del programa apoyo a la gestión comercial para el año 2026.

SEGUNDO TRIMESTRE				
ACTIVIDAD	META DEL PROGRAMA	META SEGUNDO TRIMESTRE	LOGRO SEGUNDO TRIMESTRE	%ACUMULADO
Asesorías a agro empresas para el alistamiento comercial	24	6	6	12/24 (50%)
Talleres en temas relacionados con el mejoramiento de índices de competitividad y sostenibilidad, estructura de costos.	5	1	1	2/5 (40%)
Identificación de proyectos de integración productiva a través de escenarios de desarrollo e inversión evaluando la viabilidad técnica, financiera y comercial	3	1	1	1/3 (33%)



Caracterización, análisis y propuesta de desarrollo de la cadena de suministro de la panela	4	1	1	2/4 (50%)
Informe de gestión para la apertura de nuevos mercados en la agroindustria y el canal horeca	7	2	2	3/7 (42,8%)
Acercamientos comerciales	36	9	9	18/36 (50%)
Informes de inteligencia de mercados	4	1	1	2/4 (50%)
Boletines de interés comercial.	4	1	1	2/4 (50%)
Presencia en ferias y/o misiones comerciales estratégicas para posicionar la panela Colombia	3	1	1	1/3 (%)
Implementación de plataformas o canales digitales para ventas nacionales e internacionales	1	0	0	0/0 (0%)
Asesoría en procesos de comercialización internacional	43	12	12	22/43 (51,16%)
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,	14	4	4	7/14 (50%)



brindando un apoyo metodológico y técnico para fortalecer la comercialización.				
Eventos de difusión en temáticas de interés comercial.	4	1	1	2/4 (50%)

2. Asesorías a agro empresas para el alistamiento comercial.

- **Willinton Serna; Agro panela del Cauca; Secop II compras públicas**

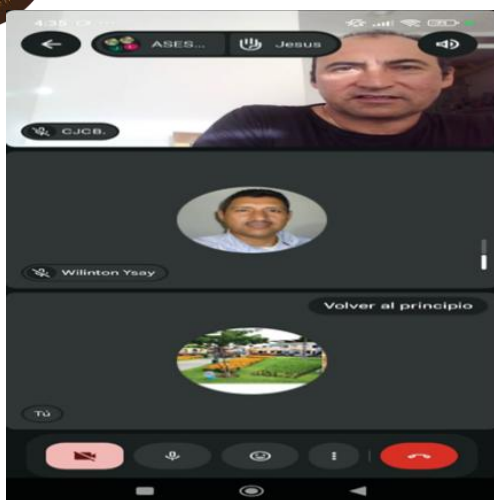
En el marco del fortalecimiento comercial y acompañamiento técnico a agroempresas paneleras, se realizó una reunión virtual de asesoría con la asociación AGROPANELA DEL CAUCA, del departamento de Nariño, con la participación de 31 asociados.

Durante la jornada se brindó orientación sobre el proceso de inscripción y manejo de la plataforma SECOP II para facilitar la participación de asociaciones y productores en procesos de compras públicas, dejando como apoyo un video tutorial para consulta posterior.

Asimismo, se socializaron los requisitos generales exigidos en convocatorias institucionales y se presentaron modelos de documentación técnica y comercial, incluyendo ejemplos de oferta de suministro, oferta técnica y económica, portafolio de productos, fichas técnicas y certificación de pequeño productor.

En el componente jurídico, se explicaron los documentos básicos requeridos para procesos contractuales, tales como RUT, Cámara de Comercio, antecedentes legales, documentación del representante legal y soportes contables.

Finalmente, se estableció como compromiso realizar la verificación del procedimiento y entidad competente para la expedición de la certificación como pequeño productor, documento requerido en algunos procesos de contratación pública.



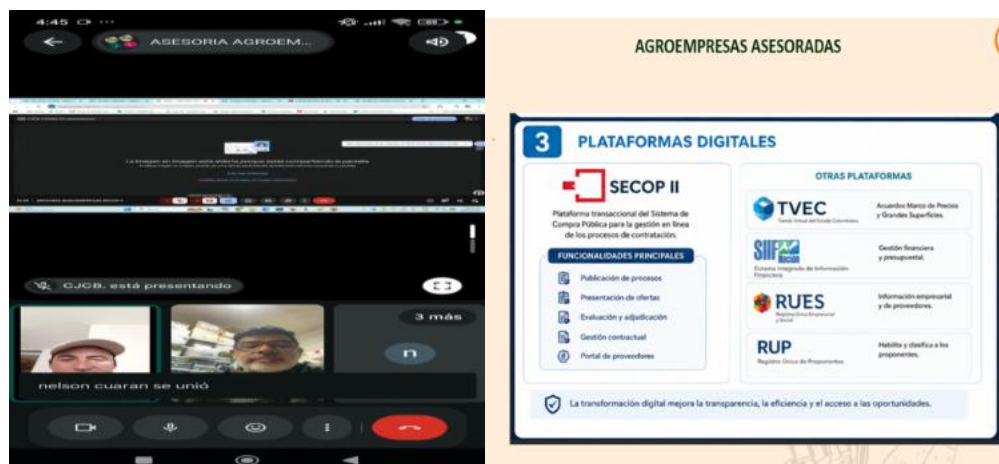
- **Jesús López; Asopulsan del Departamento de Nariño; Modelo Compras públicas.**

Se realizó jornada virtual de fortalecimiento comercial y acompañamiento técnico con la asociación ASOPULSAN, del departamento de Nariño, contando con la participación de 23 asociados; durante la asesoría se socializaron los principales requisitos técnicos, jurídicos y comerciales exigidos para la participación en procesos de compras públicas a través de la plataforma SECOP II. Igualmente, se brindó orientación sobre el proceso de inscripción y manejo de la plataforma, complementado con un video tutorial de apoyo.

Así mismo, se presentaron modelos de documentos requeridos en convocatorias institucionales, entre ellos ofertas técnicas y económicas, portafolio de productos, fichas técnicas y certificación de pequeño productor.

En materia jurídica, se explicaron los documentos básicos solicitados para contratación, tales como RUT, Cámara de Comercio, antecedentes legales y documentación contable.

Como compromiso final, quedó pendiente verificar la entidad y procedimiento correspondiente para la expedición de la certificación como pequeño productor.



- **Luis Amaya; Asopaconor, norte de Santander, plataforma Secop II**

En desarrollo de las acciones de fortalecimiento comercial y acompañamiento técnico al sector panelero, se llevó a cabo una jornada virtual de asesoría con la asociación ASOPACONOR, del departamento de Norte de Santander, con la participación de 32 asociados.

La actividad estuvo orientada a fortalecer las capacidades de la asociación para participar en procesos de compras públicas y convocatorias institucionales, mediante la orientación en el registro y manejo de la plataforma SECOP II, apoyada con material pedagógico en video para consulta posterior.

Durante la reunión se socializaron los principales requisitos técnicos, administrativos y jurídicos exigidos en procesos de contratación pública, brindando ejemplos prácticos de documentación requerida, entre ellos ofertas comerciales, propuestas técnicas, portafolio de productos, fichas técnicas y certificaciones para pequeños productores. Asimismo, se explicaron los documentos legales básicos necesarios para la participación en convocatorias y procesos contractuales.

Como resultado de la asesoría, se estableció el compromiso de verificar el procedimiento y la entidad competente para la expedición de la certificación como pequeño productor, documento clave para fortalecer la participación de la asociación en mercados institucionales y oportunidades comerciales.



- **Armando Quiñones Castillo; ANUC, Maripí Boyacá.**

La Asociación Campesina ANUC del municipio de Maripí, conformada por 29 integrantes, viene adelantando un proceso de fortalecimiento e integración productiva desde el área comercial, mediante el acompañamiento comercial y estratégico en la formulación del proyecto denominado “Implementación de un Centro de Acopio Panelero Dotado con Infraestructura para la Obtención de Mieles y Panela Pulverizada”.

Este proceso se desarrolla de manera articulada con diferentes actores institucionales y académicos, entre ellos la Agencia de Desarrollo Rural, pasantes de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y el área comercial de Fedepanela, quienes aportan desde sus competencias técnicas, comerciales y metodológicas en la estructuración integral del proyecto.

La iniciativa busca fortalecer la cadena panelera del municipio mediante la implementación de infraestructura adecuada para el acopio, transformación y generación de valor agregado a la panela, específicamente en la producción de mieles y panela pulverizada, con el propósito de mejorar la competitividad, las condiciones de comercialización y los ingresos de las familias productoras.

Asimismo, el proyecto se encuentra orientado a participar en la próxima convocatoria que la Agencia de Desarrollo Rural adelantará mediante términos de referencia, consolidando un trabajo interinstitucional enfocado en el desarrollo rural, la asociatividad y el fortalecimiento empresarial del sector panelero en Maripí.



- **Jorge Iván Becerra; ASOCIACION PRODUCTORES DE SUPIA.**

Durante la rueda de negocios de Panela Fest 2026 participaron 50 agroempresas paneleras de 13 departamentos del país, promoviendo la articulación comercial entre productores y compradores institucionales. Entre las asociaciones destacadas estuvo la Asociación de Productores de Supía, representada por Jorge Iván Becerra, quien logró un



preacuerdo comercial con el Programa de Alimentación Escolar (PAE) de Pereira para el suministro de panela de 500 gramos plasticada individualmente. Este acercamiento representa una importante oportunidad para fortalecer la comercialización institucional de la panela tradicional, mejorar la estabilidad económica de los productores y avanzar en aspectos de empaque, estandarización y logística. La jornada evidenció el impacto positivo de Panela Fest 2026 como estrategia de fortalecimiento comercial e integración productiva del sector panelero colombiano.



- **Luisa Fernanda Tapasco; ASOPANASCA, Rio Sucio Caldas.**

La asesoría y preparación para la rueda de negocios de Panela Fest 2026 permitió fortalecer las capacidades comerciales de 50 agroempresas paneleras de 13 departamentos del país, facilitando su articulación con compradores institucionales y el canal HORECA. Como resultado, se lograron importantes acercamientos y preacuerdos comerciales, destacándose la Asociación de Productores de Supía con el PAE de Pereira para el suministro de panela de 500 gramos, y la asociación PANAC Trapiche de Riosucio con el doctor Diego Alzate, promoviendo nuevas oportunidades de comercialización y fortalecimiento del sector panelero colombiano, como compromisos, Fortalecer los procesos de articulación comercial entre las asociaciones paneleras participantes y los programas institucionales de alimentación escolar del departamento de Risaralda. como compromisos se estableció avanzar en el cumplimiento de requisitos técnicos, sanitarios y de empaque exigidos por el Programa de Alimentación Escolar (PAE) de Pereira para la comercialización de panela en presentación institucional. La Asociación de Productores de Supía, representada por Jorge Iván Becerra, realizará seguimiento al preacuerdo comercial establecido para el suministro de panela de 500 gramos en presentación cuadrada y plasticada individualmente.



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

- **Estructura de Costos previo a la Macrorrueda**

En el marco de las acciones de fortalecimiento empresarial, se desarrolló un taller enfocado en la estructuración de costos y la fijación de precios para la exportación de panela, dirigido a empresas del sector interesadas en su



preparación para la participación en la macrorrueda de negocios. El objetivo principal de esta jornada fue brindar herramientas prácticas que permitieran a los participantes comprender, calcular y organizar de manera adecuada los diferentes componentes de costo asociados tanto a la producción como al proceso de exportación, con el fin de establecer precios competitivos que aseguren márgenes de rentabilidad sostenibles y faciliten procesos efectivos de negociación internacional.

Durante el desarrollo del taller, se presentó una metodología estructurada apoyada en una plantilla diseñada en Excel, la cual permitió a los asistentes identificar, clasificar y desagregar los costos de producción por kilogramo, incluyendo variables como materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación y procesos asociados. Asimismo, se abordaron los costos de empaque, contemplando elementos como materiales, sacos con linner y otros insumos necesarios para garantizar la calidad del producto durante su transporte y comercialización.

De igual manera, se profundizó en los costos logísticos internos, tales como el cargue, transporte terrestre hacia puerto, almacenamiento y procesos de paletizado cuando aplica, resaltando su incidencia directa en la estructura final del precio de exportación. En complemento, se explicaron los costos inherentes al proceso de exportación, incluyendo el agenciamiento aduanero, gastos portuarios, documentación oficial, certificaciones requeridas y costos de consolidación de carga, proporcionando una visión integral del proceso.

Costo	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Costo de producción				
1. Materia prima	kg	1000	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
2. Mano de obra	h	100	\$ 1.500,00	\$ 150,00
3. Costos indirectos de fabricación				
3.1. Energía	kWh	100	\$ 1.500,00	\$ 150,00
3.2. Agua	m³	100	\$ 1.500,00	\$ 150,00
3.3. Mantenimiento				
3.3.1. Repuestos				
3.3.2. Mano de obra				
3.3.3. Materiales				
3.3.4. Otros				
3.3.5. Total				
3.4. Depreciación				
3.4.1. Depreciación de maquinaria				
3.4.2. Depreciación de edificios				
3.4.3. Depreciación de vehículos				
3.4.4. Depreciación de otros activos				
3.4.5. Total				
3.5. Total				
Costo de exportación				
4. Fletes				
4.1. Flete terrestre				
4.2. Flete marítimo				
4.3. Seguro				
4.4. Otros				
4.5. Total				
5. Gastos de documentación				
5.1. Gastos de documentación oficial				
5.2. Gastos de documentación comercial				
5.3. Total				
6. Otros				
6.1. Otros				
6.2. Total				
Precio FOB				

Adicionalmente, el taller incluyó orientaciones sobre la construcción de cotizaciones formales para mercados internacionales, teniendo en cuenta variables clave como los Incoterms, condiciones de pago, volúmenes de negociación y análisis de precios de referencia en destino. Esto permitió a los empresarios no solo calcular sus costos, sino también traducir esta información en propuestas comerciales claras, competitivas y alineadas con las exigencias del mercado estadounidense.

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

La integración productiva y comercial entre la asociación panelera AGROPRIMAVERA y Comfenalco Tolima, acompañado por el área comercial; permite articular la oferta panelera del norte del Tolima con la demanda del canal institucional y HORECA, generando un modelo de comercialización estructurado y sostenible.

AGROPRIMAVERA, conformada por 63 productores paneleros con capacidad de producción de 60 toneladas mensuales, logró consolidarse como proveedor formal gracias a su notificación sanitaria INVIMA vigente y su portafolio diversificado de panela en bloque, pulverizada y en pastilla; se complementa con el acercamiento que hizo el área comercial de Fedepanela en el Sena del Espinal para fortalecer el proceso agroindustrial de la Panela de los 63 productores.

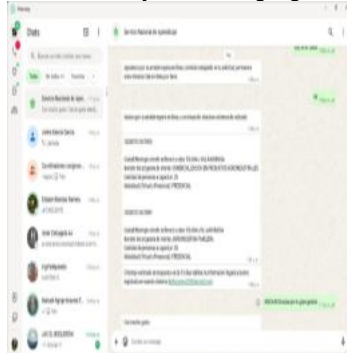
A través del acompañamiento técnico y comercial de Fedepanela, se estableció un proceso de articulación con Comfenalco Tolima para atender una demanda proyectada de 24 toneladas mensuales de panela, destinadas a hoteles, restaurantes, cafeterías y sector agroindustrial.



Esta integración permite.

- Reducir la intermediación comercial.
- Mejorar la planificación productiva y logística.
- Generar mayor estabilidad en ventas y flujo de caja.
- Fortalecer la estandarización y trazabilidad del producto.
- Beneficiar directamente a 63 familias paneleras del Tolima.

El proceso representa un modelo exitoso de integración productiva rural, donde la asociación transita de ventas dispersas a un esquema de proveeduría institucional con mayor valor agregado y sostenibilidad comercial.



Caracterización, análisis y propuesta de desarrollo de la cadena de suministro de la panela (AVANCE DE ANALISIS DE VARIABLES)

Se consolida la caracterización, análisis y propuesta inicial de desarrollo de la cadena de suministro de la panela en Colombia, integrando información de fuentes institucionales y análisis numérico del periodo 2022–2025 e manera general.

Nota; Los datos consultados son muestras realizadas y no constituye un dato total o general.

Fuentes de información;

- SIPA: [SIPA – Fedepanela – Sistema de Información Panelero](#)
- AGRONET: <https://agronet.gov.co/estadisticas>

Variables principales del sector

Variable	Descripción	Fuente
Área sembrada	Hectáreas cultivadas de caña panelera	SIPA / AGRONET
Producción	Toneladas de panela producida	SIPA / Ministerio
Rendimiento	Ton/ha	SIPA / AGRONET
Precios	Precio productor y consumidor	SIPA
Costos	Estructura productiva	SIPA



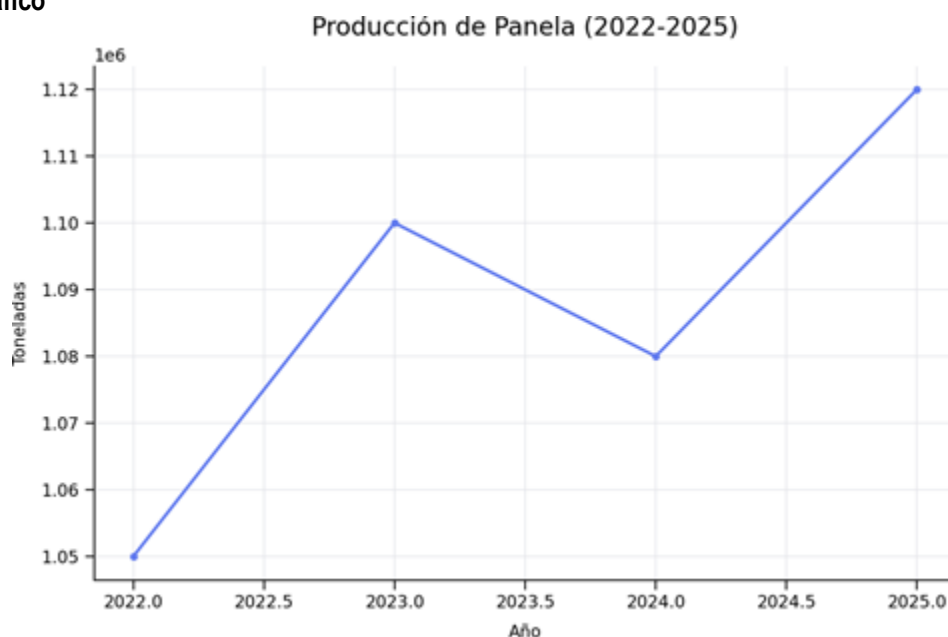
Análisis numérico de la muestra para los años 2022–2025

- **Producción promedio:** 1,0 – 1,2 millones de toneladas/año
- **Rendimiento promedio:** 6 – 7 ton/ha
- **Más de 350.000 familias vinculadas**
- **Más de 20.000 trapiches**

Indicadores KPI del sector

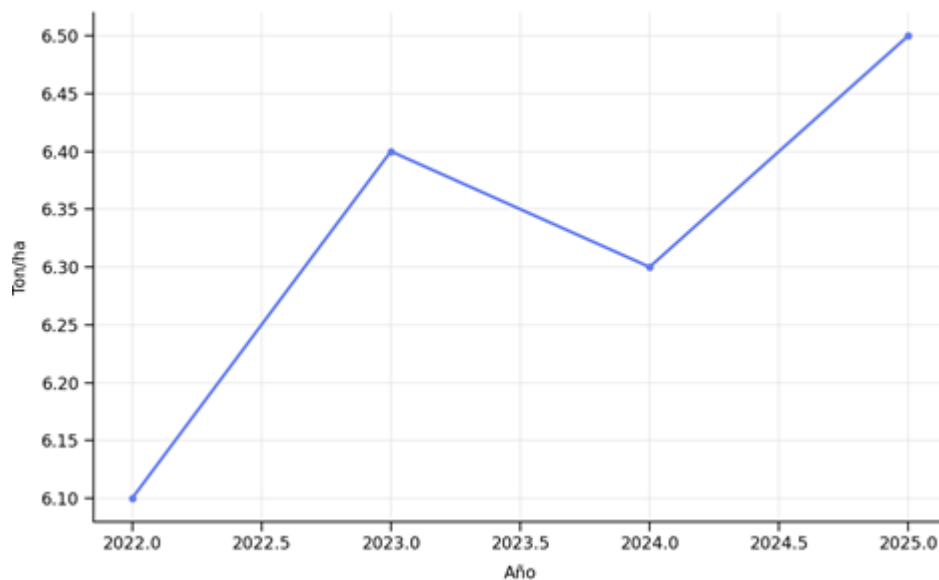
Indicador	Valor	Unidad	Interpretación
Producción promedio	1.1 millones	Ton/año	Estabilidad sectorial
Rendimiento	6.3	Ton/ha	Bajo vs potencial
Trapiches	20000+	Unidades	Alta fragmentación
Participación exportación	1%	%	Bajo acceso internacional

Análisis gráfico

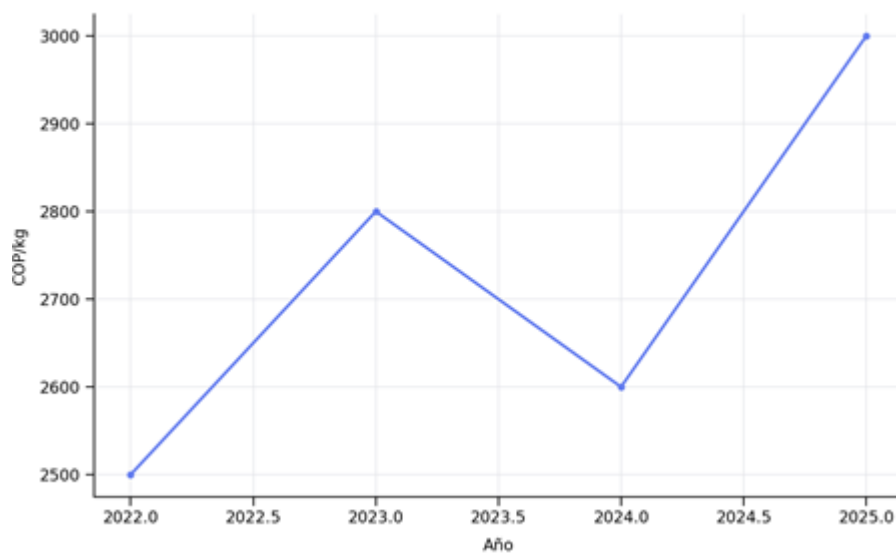




Rendimiento (2022-2025)



Precio Promedio (2022-2025)



Análisis DOFA de las variables identificadas
Interno

Externo



- **Fortalezas:**
 - Tradición
 - Producto natural
- **Debilidades:**
 - Baja tecnificación
 - Intermediación
- **Oportunidades:**
 - Mercados saludables
 - Exportación
- **Amenazas:**
 - Competencia
 - Volatilidad precios

Oportunidades de mejora

- Baja tecnificación
- Ineficiencia en transformación
- Alta intermediación
- Limitada exportación

Estrategia de desarrollo

- Modernización de trapiches
- Integración comercial
- Estrategia exportadora
- Digitalización del sector

Diagrama de la cadena de suministro

Producción → Cosecha → Transformación → Comercialización → Consumo

Eslabones y variables

<i>Eslabón</i>	<i>Variables</i>	<i>Problemas</i>
<i>Producción</i>	Área, rendimiento	Baja tecnificación
<i>Transformación</i>	Costos, eficiencia	Obsolescencia
<i>Comercialización</i>	Precios, canales	Intermediación

Estructura general territorial

El subsector panelero presenta una **alta concentración geográfica**, donde aproximadamente el **80–83% del área y producción se concentra en pocos departamentos clave**

Esto genera:

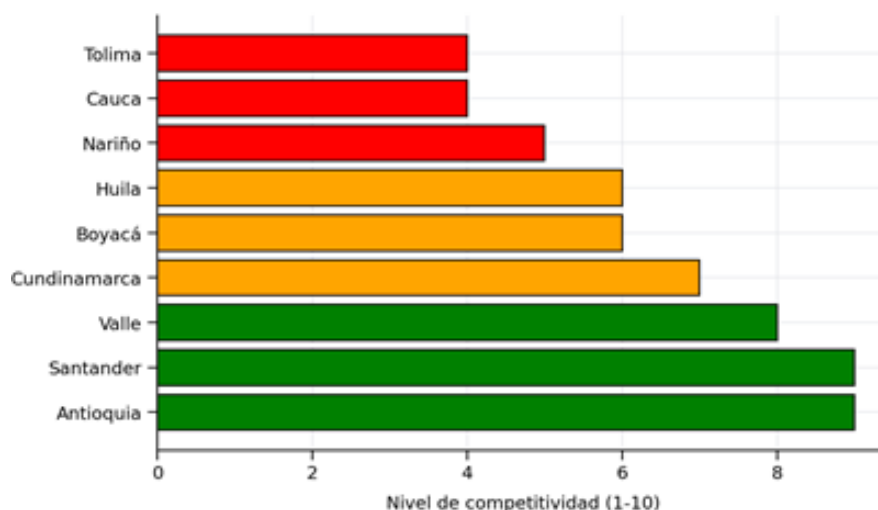
- Regiones líderes (mayor eficiencia)
- Regiones rezagadas (baja tecnificación)

Mapa territorial de la cadena

La cadena panelera se concentra en regiones clave del país: Boyacá, Cundinamarca, Santander, Antioquia, Cauca, Nariño, Huila, Valle del Cauca y Tolima.



Ranking de competitividad por departamento más representativos



Análisis por departamento

Departamento	Producción	Rendimiento	Comercialización	Nivel
Antioquia	Alta	Alta	Diversificada	Alto
Santander	Alta	Alta	Estructurada	Alto
Valle	Media	Alta	Industrial	Alto
Cundinamarca	Media	Media	Intermediación	Medio
Boyacá	Alta	Media	Intermediación	Medio
Huila	Media	Media	Crecimiento	Medio
Nariño	Media	Media	Intermediación	Bajo
Cauca	Media	Baja	Informal	Bajo
Tolima	Media	Media	Intermedia	Bajo

Conclusiones

- El sector panelero presenta estabilidad productiva, pero enfrenta retos en competitividad, tecnificación y comercialización.
- No se cuenta con un estudio real sobre las cifras sectoriales, solo se puede armar con datos de muestra.
- Se debe tener un trabajo articulado para la construcción de las cifras sectoriales para la actualización de los eslabones de la cadena. Ahora desde la parte comercial se debería proyectar un estudio por regiones con el objetivo de identificar y detallar; productos, precios cliente final, características y todo lo relacionado con este eslabón.



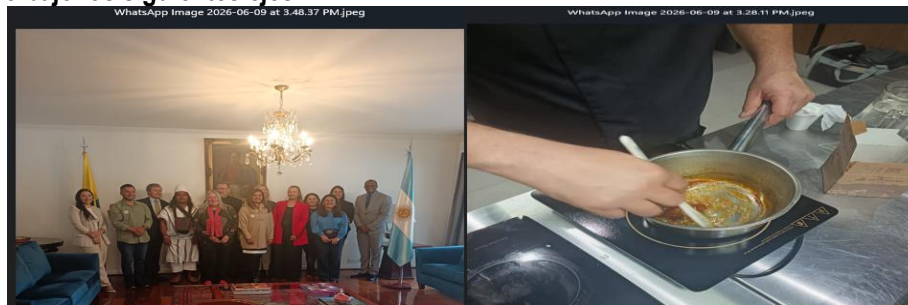
- No se cuenta con información detallada por parte de los coordinadores departamentales para el levantamiento de la información correspondiente, se puede concluir, que no se tienen datos exactos por región por cada coordinador.

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

- **Agroindustria**

Para el segundo trimestre la **estrategia de apertura de nuevos mercados** se fundamentó en un enfoque integral que combina promoción comercial, posicionamiento técnico y relacionamiento institucional, **orientado a facilitar la inserción de la panela colombiana en el mercado argentino.**

Se estructuró bajo los siguientes ejes:



- **Posicionamiento del producto con valor agregado**
 - o Presentación de la panela como **endulzante natural, funcional y sostenible**, alineado con tendencias de consumo saludable.
 - o Difusión de sus beneficios nutricionales y propiedades diferenciales frente al azúcar refinada.
- **Diversificación de la oferta exportable**
 - o Exhibición de productos derivados (panela pulverizada, miel de caña, bebidas, confitería, entre otros), evidenciando su versatilidad en la industria alimentaria.
- **Relacionamiento directo con actores del mercado**
 - o Interacción con empresarios de sectores estratégicos:
 - Chocolatería
 - Panadería y pastelería
 - Heladería
 - Food service
 - Generación de vínculos institucionales a través de la Embajada de Colombia.
- **Demostración práctica y validación en uso**
 - o Desarrollo de espacios experienciales (degustaciones, masterclass y demostraciones) para evidenciar aplicaciones reales del producto.
 - o Validación del interés comercial mediante pruebas potenciales con empresas.
- **Articulación institucional y productiva**
 - o Participación de **ASOINDUPANI y ABOSEYNEKUN**, fortaleciendo la trazabilidad, representatividad y capacidad de oferta del sector.

Acciones ejecutadas para el cumplimiento del indicador

Las principales acciones desarrolladas fueron:

- **Participación en feria internacional (FITHEP 2026)**



- o Exhibición en stand institucional con interacción directa con más de **20.000 visitantes especializados del sector alimentario**.
 - o Generación de **36 contactos comerciales iniciales**, con proyección de ampliación.
 - **Desarrollo de agenda institucional complementaria**
 - o Desayuno diplomático con empresarios estratégicos
 - o Masterclass técnico en instituto gastronómico
 - o Encuentro con empresarios colombianos en Argentina
- Estas acciones permitieron profundizar el relacionamiento más allá de la feria.
- **Promoción técnica y comercial**
 - o Socialización de beneficios nutricionales y usos de la panela
 - o Entrega de muestras y degustaciones
 - o Presentación de portafolio exportable
 - **Identificación de oportunidades por segmento**

Se identificaron oportunidades concretas en:

 - o Panadería y pastelería (10 contactos)
 - o Heladería (6 contactos)
 - o Cafeterías y restaurantes (6 contactos)
 - o Industria alimentaria y compradores (5 contactos)
 - **Gestión de seguimiento comercial**
 - o Compromisos de envío de información técnica (36 contactos)
 - o Interés directo de compra o uso (20 contactos)

Resultados frente al indicador

Las acciones desarrolladas permitieron:

- Generar una **base sólida de contactos comerciales cualificados** en el mercado argentino.
- Posicionar la panela como un producto innovador, natural y competitivo en la agroindustria internacional.
- Validar el interés real del mercado en diferentes segmentos.
- Fortalecer la visibilidad del sector panelero colombiano a nivel internacional.

Acercamientos comerciales:

- FITEHP EXPOALIMENTARIA



N°	Nombre	Correo	Celular	Observaciones
1	José Amardo	jamardojose60@gmail.com		Panadería
2	Luis María	Luismariaycia@gmail.com		Helados - 5 sucursales
3	Andrea Tempestil	Tyo_arquitectura@yahoo.com.ar		Alfajores
4	Cecilia Fandiño	Cecifandino@gmail.com		Café
5	Ana Silva	Ana.silvauiarte@gmail.com		Heladería
6	Nohemí Colombo	colnoe@hotmail.com		Panadería
7	Diana Mamani	Diana.raaj.79@gmail.com		Panadería
8	Guadalupe Matzschke	Modolupeok@gmail.com		Pastelería
9	Carina Marlo	Cari_marlo@hotmail.com		Pastelería - Santa Fe
10	Eduardo O'Hagan	Eduardo_ohagan@hotmail.com		Repostería
11	Romina Manrique	Rominamanrique12@gmail.com	+59892893058	Heladería
12	Leonardo Díaz	Leonardoodiaz08@gmail.com	+5491127792462	Heladería
13	Walter Salinas	Makina_999@hotmail.com		Gastronomía
14	Germán Oller	Gernanotwsur@gmail.com	+542804210505	Insuños panadería
15	Karina Díaz	Kdiaz@lodiser.com.ar		Compras chocolates
16	Cristian Signorile	Cristian_signorile@hotmail.com.ar	+543515559432	Desarrollo producto
17	Yanina Rosso	Rossoyaninabestriz@gmail.com	+5433929330262	Heladería
18	Andrea Faracchio	Fama.natural.srl@gmail.com		Productos naturales
19	Jorgelina Ferreira	Lagosjorgel@hotmail.com		Insuños repostería
20	Valentina Rojas	Valentina032601@gmail.com	+541166710944	Café/Restaurante
21	Gabriel Martínez	Avantimayorista@gmail.com	+5493425176888	Distribuidor
22	Valeria Valli	Valeriavalli@nomest.com.ar		Compras
23	Silvana Gangi	Licgangi@nomest.com.ar		Desarrollo producto
24	Luis Méndez	Luchomen1962@gmail.com	+542974331777	Panadería
25	María Laura Rivas	Jorgensenml@gmail.com		Panadería
26	Wenceslao Ozimek	Gerencia@gochiso.com.ar		Alimentos
27	Claudio Bernini		+541133172879	Restaurante
28	Carolina Krawczuk	Panificadosmana@gmail.com		Panadería
29	Franco Salamida		+54137859550	Panadería
30	Diana Solano	Dianacarolina200106@gmail.com		Pastelería
31	Leonora Markarián	Comprasbrownieplanet@gmail.com	+541125681105	Cadena cafeterías
32	Mónica Bruna		+543564671100	Heladería
33	Silvina Pietro Paolo		+541123458999	Gastronomía
34	Juan Camilo		+3152555746	Exportación
35	Mónica Burgos		+542966597126	Alfajores
36	María Basualdo	Maru.mdq1985@gmail.com		Sin detalle

- Agenda comercial aliado estratégico en Argentina Aroma & CO
 - Desayuno diplomático con empresarios estratégicos:
 - Encuentro institucional y degustación de productos representativos
 - Directiva de la Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confiterías y Cafés de la Ciudad de Buenos Aires - AHRCC
 - Cachafaz
 - Influencer de bebidas "Exigí buen Café"
 - 2 panaderías
 - Masterclass técnica en instituto gastronómico - Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confiterías y Cafés de la Ciudad de Buenos Aires - AHRCC
 - Encuentro gastronómico colombiano con aproximadamente 12 empresarios colombianos en Argentina



Conclusiones

- La combinación de **ferias internacionales con agenda institucional complementaria** potencia significativamente la gestión de apertura de mercados.
- La panela colombiana tiene alto potencial de inserción en mercados como Argentina, especialmente en nichos especializados (chocolatería, panadería y alimentos saludables).
- La **diversificación de productos** es un factor determinante para atraer nuevos compradores y ampliar oportunidades comerciales.
- La participación de asociaciones productoras fortalece la confianza del mercado al evidenciar capacidad productiva, calidad y origen.
- El acompañamiento institucional (Embajada) facilita el acceso a actores clave y legitima la estrategia de internacionalización.

Oportunidades identificadas

A partir del desarrollo de la actividad, se identifican las siguientes oportunidades:

- **Desarrollo de nuevos nichos de mercado**
 - Ingrediente natural para chocolatería, repostería, panadería, heladería
 - Sustituto de azúcar en productos saludables
 - Uso en bebidas funcionales y especializadas
 - Presentaciones cliente final
- **Escalamiento comercial**
 - Implementación de pruebas piloto con empresas interesadas
 - Posibles acuerdos con distribuidores e importadores
- **Fortalecimiento de la oferta exportable**
 - Estandarización de fichas técnicas
 - Certificaciones y cumplimiento de requisitos sanitarios internacionales
 - Presentaciones adaptadas al mercado argentino
- **Estrategia de posicionamiento**



- Continuidad en actividades de promoción (misiones, ferias, eventos gastronómicos)
- Alianzas con chefs, escuelas de cocina e influenciadores



- **Consolidación de relaciones comerciales**
 - o Seguimiento estructurado a los contactos generados
 - o Acompañamiento técnico a potenciales compradores

- **Canal Horeca.**

Elaboración informe base de datos de 120 compradores.

Durante el segundo trimestre de 2026, desde el área comercial de FEDEPANELA se adelantó el proceso de apertura de nuevos mercados para panela y derivados en el canal HORECA y agroindustria, mediante la depuración y priorización de una base nacional de 120 compradores potenciales ubicados principalmente en Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena y otros nodos estratégicos. El ejercicio permitió estructurar una línea base comercial, identificar clientes institucionales y establecer rutas de acercamiento comercial para la promoción de panela en diferentes presentaciones.



Acuerdo comercial adjudicación No 010-2026 Secop II.

De manera complementaria, se consolidó un acuerdo comercial estratégico entre FEDEPANELA, PANELA SALAMANCA y FIDUAGRARIA S.A., derivado de la Invitación No. 010-2026 en SECOP II, para el suministro institucional de panela en pastilla, sachet y productos derivados, fortaleciendo así el posicionamiento de la panela colombiana en mercados institucionales y el canal HORECA, donde se elaboró los parámetros técnicos, de los productos, junto con requerimientos de la agro-empresa, certificación de pequeños productores, para poder participar en el modelo de mercados populares, presentación y respuesta a la oferta de la convocatoria; requerimientos jurídicos, en este segmento se acompañó, la búsqueda de los requisitos que exige la convocatoria, tal como se puede evidenciar al detalle con el informe.




FIDAGRAMA S.A.
Representante


FIDAFANILA
Aso Comunal – Caud BOREICA y Agrindustria (Asoor Carlos Jangina Centro)


PANELA SALAMANCA
Representante Comunal

Carillón No. 9 - 4814 Guadalupe No. 622198 - 622198
www.fidagrama.com.co 800.526.647 / 0180000000000000
Bogotá D.C. - Colombia





Castilac Lácteos y Alimentos

Durante la visita a Castilac Lácteos y Alimentos se evidenció un alto consumo de azúcar en sus procesos productivos, así como la elaboración de cuajadas con melao. Existe potencial para la compra de miel de caña y panela de 1.000 gramos destinadas a la producción de panelitas de leche. Actualmente cuentan con un proveedor proveniente de Corabastos que les suministra estos productos a precios competitivos. Se acordó realizar un nuevo acercamiento comercial durante el mes de septiembre.



Fundación Jaime Duque

En la Fundación Jaime Duque se identificó un bajo consumo de sachet de panela. Sin embargo, utilizan endulzantes y panela pulverizada en las cafeterías de sus instalaciones; actualmente son abastecidos por un proveedor de la central mayorista. Se sostuvo reunión con el representante de compras, a quien se presentó el portafolio institucional; no obstante, se evidenció que los productos que adquieren tienen precios entre un 8 % y un 10 % inferiores a las ofertas presentadas, lo que representa un reto en competitividad.



Pan Paya – Chía

Se efectuó acercamiento con la oficina de compras de Pan Paya, en la ciudad de Bogotá. La empresa registra un alto consumo de azúcares refinados y manifestó que actualmente no utiliza panela ni mieles debido a sus costos. No obstante, se dejó planteada la posibilidad de evaluar el uso de miel de caña en la elaboración de panes artesanales con masa madre, como alternativa para diversificar su oferta y generar valor agregado.



Gelatina de Pata El Buey Pancho

Se visitó la planta de producción de Gelatina de Pata El Buey Pancho, ubicada en el municipio de Arbeláez. La empresa manifestó un marcado interés en la compra de panelón empacado en cajas de 30 kilogramos para sus procesos de producción. Asimismo, participó activamente en el evento de Bandas Marciales realizado en Chía los días 6 y 7 de junio, fortaleciendo el relacionamiento comercial y las posibilidades de concretar acuerdos de suministro en el corto plazo.





Adicionalmente, se realizaron visitas de campo a 4 hoteles y 6 restaurantes de la Sabana de Bogotá, Sopó y Briceño, con el objetivo de presentar alternativas comerciales de panela pulverizada y sachet para cafeterías y servicios de alimentos. Durante el recorrido se identificó la presencia de un proveedor mayorista proveniente de Corabastos con fuerte participación en este mercado, lo que permitió analizar la competencia y las oportunidades comerciales de ingreso. Entre los establecimientos visitados se encuentran Parque Jaime Duque, Hotel Estelar, Lácteos Sopó, La Magola, Dulcinea y Pan Pa' Ya Chía, quienes solicitaron muestras comerciales para evaluación de producto. Como resultado de esta gestión, quedó programada y ejecutada visita comercial el 6 de junio en el UMA Suites de Chia donde desde el área comercial de FEDEPANELA se realizó la presentación oficial del portafolio de productos y lista de precios, en un espacio de relacionamiento y acercamiento comercial al que asistieron aproximadamente 40 hoteles y restaurantes de la Sabana de Bogotá.



5. Acercamientos comerciales

En el marco de la Macrorrueda de Negocios realizada en Corferias los días 14 y 15 de abril de 2026 en Bogotá D. C., la Federación Nacional de Productores de Panela – FEDEPANELA participó en diferentes espacios de relacionamiento comercial con empresas nacionales e internacionales interesadas en productos derivados de la panela colombiana. Durante las reuniones se desarrollaron espacios de presentación institucional y acercamiento comercial orientados a socializar la oferta exportable del sector panelero colombiano e identificar oportunidades de articulación para mercados nacionales e internacionales.

• One Degree Organics – Medina & Herrera

En el marco de las estrategias de promoción y apertura de mercados internacionales, se llevó a cabo una visita técnica al trapiche Medina & Herrera, ubicado en el municipio de Quipile Cundinamarca, donde la empresa canadiense One Degree Organic Foods tuvo la oportunidad de conocer de primera mano el proceso de producción de panela.

Durante la jornada, se evidenció el compromiso del productor con la calidad, la trazabilidad y las buenas prácticas en cada etapa del proceso productivo, aspectos clave para responder a las exigencias de los mercados internacionales. Asimismo, este tipo de espacios permiten generar confianza, fortalecer relaciones comerciales y visibilizar el potencial del sector panelero colombiano en el exterior.

Este acercamiento es resultado de la gestión adelantada por el área comercial, orientada a la identificación y vinculación de compradores internacionales interesados en productos naturales y sostenibles como la panela, contribuyendo así a la dinamización del sector y a la generación de nuevas oportunidades para los productores.



Desde el área comercial de Fedepanela, reafirmamos nuestro compromiso con el fortalecimiento de nuestros productores, promoviendo escenarios de conexión directa con mercados internacionales que impulsen su crecimiento y competitividad.



- **Point Colombia – Fedepanela**

Durante la reunión sostenida con Point Colombia se realizó un primer acercamiento comercial e institucional entre las partes, permitiendo conocer el perfil general de la empresa y su interés en referencias derivadas de la panela colombiana con potencial de comercialización en supermercados y canales modernos de distribución. En este contexto, Fedepanela socializó diferentes alternativas del portafolio panelero colombiano, resaltando productos con características diferenciadas y posibilidades de adaptación a distintos formatos comerciales.

En el desarrollo de la conversación se presentaron referencias relacionadas con miel natural, miel de ají y panela pulverizada, explicando sus características generales, aplicaciones comerciales, atributos naturales y potencial de posicionamiento en segmentos orientados a consumidores interesados en productos alternativos y diferenciados. Asimismo, se dialogó sobre la importancia de trabajar procesos de maquila y adecuación de presentación comercial que permitan responder a requerimientos específicos de supermercados y superficies comerciales.

Las partes intercambiaron apreciaciones sobre tendencias actuales de consumo, destacando el creciente interés por productos naturales, ingredientes menos refinados y referencias con identidad de origen. Fedepanela resaltó que la panela colombiana cuenta con un importante potencial de diferenciación gracias a sus características tradicionales, su origen agrícola y la diversidad de formatos en los que puede ser comercializada.





- **Terragusto – Fedepanela**

Durante la reunión sostenida con Terragusto se desarrolló un espacio de diálogo comercial enfocado en revisar oportunidades de comercialización de panela colombiana en mercados internacionales con características culturales específicas, especialmente asociados a países hindúes. Las partes realizaron una presentación general de sus actividades y compartieron información relacionada con posibilidades de abastecimiento y comercialización de productos derivados de la panela en formatos adaptados a hábitos de consumo particulares.

En el desarrollo de la conversación se identificó interés por referencias como panela pulverizada, piloncillo y presentaciones tipo sachet, resaltando la importancia de estructurar estrategias comerciales y de presentación del producto acordes con las dinámicas culturales y comerciales del mercado objetivo. Fedepanela presentó diferentes alternativas del portafolio panelero colombiano, explicando las ventajas de la panela como producto natural y tradicional con potencial de posicionamiento internacional.

Durante el encuentro se abordó igualmente la posibilidad de manejar proyecciones comerciales relacionadas con el envío periódico de contenedores, contemplando preliminarmente una frecuencia aproximada de un contenedor cada dos meses, dependiendo del comportamiento comercial y de las condiciones de mercado. Asimismo, se destacó la importancia de fortalecer el material comercial en idioma inglés para facilitar procesos de presentación y evaluación internacional.



- **Kindred Forest – Fedepanela**

Durante la reunión sostenida con Kindred Forest se realizó un acercamiento comercial enfocado en revisar posibilidades de comercialización de panela colombiana en el mercado del Reino Unido. Las partes realizaron una presentación general de sus actividades y compartieron información relacionada con oportunidades de abastecimiento y comercialización de referencias paneleras adaptadas a distintos formatos y canales de distribución.

En el desarrollo de la conversación se identificó interés específico por panela pulverizada en presentaciones a granel, 1 kilogramo y 2 kilogramos, considerando posibles oportunidades de comercialización en mercados internacionales interesados en productos naturales y alternativas de origen agrícola. Fedepanela presentó las ventajas de la panela colombiana como producto diferenciado, resaltando sus características tradicionales, versatilidad y potencial de posicionamiento en mercados especializados.

Asimismo, durante el encuentro se destacó la importancia de contar con material comercial en idioma inglés que permita transmitir de manera clara las características del producto, sus usos, aplicaciones y atributos diferenciales para el consumidor internacional.



- **Juan Carlos Trujillo – Fedepanela**

Durante la reunión sostenida con Juan Carlos Trujillo, representante de Jukatrúva Comercial, se desarrolló un espacio de acercamiento orientado a revisar oportunidades comerciales para panela colombiana en mercados europeos, especialmente en Portugal y Suecia. Las partes realizaron una presentación general de sus actividades y compartieron información relacionada con tendencias de consumo, canales de comercialización y posibilidades de posicionamiento de productos derivados de la panela en mercados internacionales.

En el desarrollo de la conversación se identificó interés por panela pulverizada orgánica y convencional, resaltando la importancia de estructurar propuestas diferenciadas para canales Horeca y Retail. Fedepanela presentó diferentes referencias del portafolio panelero colombiano y explicó las posibilidades de adaptación comercial de los productos según requerimientos específicos del mercado objetivo.

En el encuentro se abordó la necesidad de fortalecer elementos de presentación comercial y storytelling alrededor del producto, destacando aspectos relacionados con el origen de la panela colombiana, su proceso tradicional de producción, características naturales y valor cultural. Asimismo, se resaltó la importancia de construir una propuesta de comunicación sólida que permita generar diferenciación en góndola y fortalecer el posicionamiento comercial frente a otros productos competidores.

Las partes dialogaron igualmente sobre la importancia de contar con fichas técnicas claras y un portafolio estructurado para industria Horeca y Retail, facilitando procesos posteriores de evaluación comercial y posibles acercamientos con compradores o distribuidores internacionales.



- **Cool Spirit – Fedepanela**

Durante la reunión sostenida con Cool Spirit se desarrolló un espacio de acercamiento comercial orientado a revisar oportunidades para la exportación de productos derivados de la panela colombiana en pequeñas cantidades hacia Armenia. Las partes realizaron una presentación general de sus actividades y compartieron información relacionada con posibles escenarios de comercialización y evaluación de referencias paneleras adaptadas a mercados internacionales.



En el desarrollo de la conversación se identificó interés por productos como panela pulverizada, sodas, sachet y mieles, considerando su potencial de adaptación a nichos específicos de mercado y canales de comercialización diferenciados. FEDEPANELA presentó las características generales de estas referencias y destacó el potencial de la panela colombiana como producto natural con identidad de origen y posibilidades de diferenciación comercial.

El encuentro permitió abordar la importancia de contar con fichas técnicas en idioma inglés que permitan facilitar procesos de evaluación internacional y análisis comercial de las referencias presentadas. Asimismo, las partes dialogaron sobre la posibilidad de remitir muestras de producto hacia Armenia con el fin de realizar pruebas iniciales y valorar el comportamiento comercial de las referencias identificadas durante la reunión.

La conversación permitió revisar también posibilidades relacionadas con productos derivados y bebidas asociadas al portafolio panelero colombiano, incluyendo referencias como licores y otras líneas con potencial de inserción en mercados internacionales interesados en productos diferenciados y de origen tradicional.



Bionatura – Fedepanela

Durante la reunión sostenida con Bionatura se desarrolló un espacio de acercamiento comercial enfocado en revisar oportunidades de comercialización de panela colombiana en el mercado argentino, especialmente bajo esquemas de marca propia y referencias orientadas a consumidores interesados en productos naturales y diferenciados. Las partes realizaron una presentación general de sus actividades y compartieron información relacionada con necesidades de abastecimiento y posibilidades de posicionamiento comercial.

En el desarrollo de la conversación se identificó interés por panela pulverizada en presentación de 500 gramos, así como por la posibilidad de estructurar propuestas relacionadas con panela convencional y panela orgánica para manejo en contenedor. FEDEPANELA presentó las características generales de estas referencias y explicó las posibilidades de adaptación comercial de acuerdo con requerimientos específicos del comprador y dinámicas del mercado objetivo.

En el encuentro se abordó la importancia de fortalecer estrategias de diferenciación comercial mediante esquemas de marca propia, resaltando que este tipo de desarrollos pueden contribuir al posicionamiento del producto en mercados internacionales y generar mayor valor agregado para las referencias comercializadas.

Las partes dialogaron igualmente sobre la relevancia de contar con propuestas comerciales claras, fichas técnicas y alternativas de presentación ajustadas a las necesidades identificadas durante la reunión. FEDEPANELA manifestó disposición para continuar fortaleciendo el acercamiento mediante el suministro de información técnica y comercial relacionada con panela pulverizada, referencias orgánicas y opciones de marca propia.



- **La Casa de Jack – Fedepanela**

Durante la reunión sostenida con La Casa de Jack Reino Unido se desarrolló un espacio de acercamiento comercial enfocado en revisar oportunidades de comercialización de productos derivados de panela colombiana y otras referencias asociadas al portafolio de valor agregado del sector. Las partes realizaron una presentación general de sus actividades y compartieron información relacionada con posibilidades de inserción comercial en el mercado británico.

En el desarrollo de la conversación se identificó interés por productos como aguardiente, sodas por 9 unidades, panela fraccionada de 500 gramos, panela redonda y piloncillo mini. Fedepanela presentó las características generales de estas referencias y explicó el potencial de comercialización de productos tradicionales colombianos con valor agregado en mercados internacionales interesados en experiencias diferenciadas y productos con identidad cultural. Durante el encuentro se abordó igualmente la importancia de trabajar propuestas comerciales adaptadas a consumidores internacionales que valoran productos artesanales, naturales y con componentes culturales asociados a su origen. Asimismo, se dialogó sobre las posibilidades de fortalecer la presencia de productos derivados de panela en canales especializados y espacios orientados a gastronomía, bebidas y productos latinos.

Las partes revisaron aspectos relacionados con presentación comercial, empaques, posibilidades de diferenciación y estrategias de posicionamiento para el mercado del Reino Unido.



- **Jaewown – Fedepanela**



Durante la reunión sostenida con Jaewown / Kwon Dund se desarrolló un espacio de acercamiento comercial enfocado en revisar oportunidades para el uso industrial de panela colombiana en aplicaciones alimenticias relacionadas con galletas, cereales y otros desarrollos de la industria de alimentos. Las partes realizaron una presentación general de sus actividades y compartieron información relacionada con necesidades de abastecimiento y requerimientos técnicos para posibles procesos de suministro a escala industrial.

En el desarrollo de la conversación se identificó un interés preliminar asociado a una demanda aproximada de 300 toneladas anuales, con posibilidades de crecimiento hasta 600 toneladas en referencias orgánicas. Fedepanela presentó las capacidades generales del sector panelero colombiano y explicó las posibilidades de articulación comercial con productores y organizaciones con capacidad de respuesta para procesos industriales y comerciales de mayor volumen.

Durante el encuentro se abordaron aspectos técnicos relacionados con humedad, especificaciones de malla y condiciones FOB, evidenciando un perfil de comprador con requerimientos industriales especializados. Fedepanela destacó la importancia de estructurar propuestas técnicas y comerciales sólidas que permitan responder adecuadamente a este tipo de requerimientos y faciliten procesos posteriores de evaluación comercial.

Las partes dialogaron igualmente sobre el potencial de la panela colombiana como ingrediente natural para formulaciones alimenticias, resaltando tendencias internacionales relacionadas con productos menos procesados, ingredientes naturales y alternativas diferenciadas frente a azúcares refinados tradicionales.



Aroma & Co - Fedepanela

En el marco de las actividades adelantadas por el área comercial de Fedepanela, se llevó a cabo una reunión con representantes de Aroma & Co, con el propósito de explorar oportunidades de articulación y posicionamiento de la panela colombiana en el mercado argentino. Durante el desarrollo del encuentro, uno de los temas centrales abordados fue el tratamiento arancelario de la partida 1701130000

correspondiente a la panela en el mercado argentino. En este sentido, se analizaron las condiciones actuales de acceso, los posibles beneficios derivados de acuerdos comerciales vigentes y las barreras existentes para la entrada del producto. Asimismo, se discutió la importancia de avanzar en gestiones institucionales que permitan mejorar la competitividad del producto colombiano en dicho mercado, facilitando su inserción y fortaleciendo su posicionamiento frente a productos sustitutos.

Por otra parte, se dialogó sobre la participación como expositores en la feria internacional FITHEP Expoalimentaria, la cual se desarrolla en Argentina y constituye un escenario estratégico para la promoción de productos del sector agroalimentario. En este espacio, se destacó la relevancia de visibilizar la panela como un producto natural, versátil y con alto valor agregado, así como la oportunidad de generar contactos comerciales, identificar potenciales

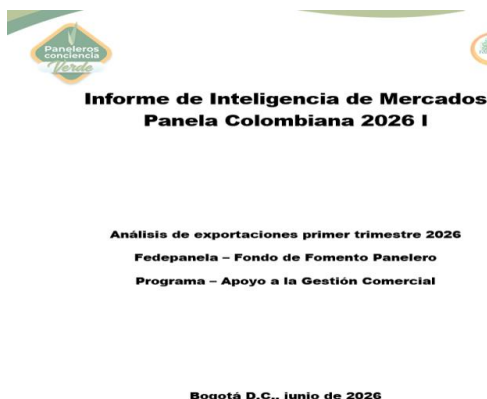


compradores y conocer tendencias del mercado. Se evaluaron aspectos logísticos, comerciales y de preparación de la participación, con miras a garantizar una presencia efectiva y alineada con los objetivos de internacionalización.



Informes de inteligencia de mercados

- Informe de Inteligencia de Mercados Panela Colombiana 2026 I



Consolidación de mercado

Al cierre del primer trimestre de 2026, las exportaciones de panela colombiana alcanzaron un valor FOB de USD 7,1 millones, consolidando la presencia del producto en los mercados internacionales y reafirmando su importancia dentro de la oferta agroindustrial colombiana. Este desempeño se produjo en un contexto caracterizado por una creciente demanda global de alimentos naturales y productos asociados a prácticas sostenibles de producción.



Durante el segundo trimestre de 2026 se elaboró y divulgó el Informe de Inteligencia de Mercados de Panela correspondiente al primer trimestre de 2026, con corte al 31 de marzo. Este documento tuvo como objetivo analizar el comportamiento de las exportaciones de panela colombiana, identificando tendencias comerciales, evolución de los principales mercados de destino, comportamiento de los precios internacionales, participación de los departamentos exportadores y desempeño de los principales actores de la cadena exportadora.

El informe evidenció que la panela colombiana mantiene una posición favorable en los mercados internacionales, particularmente en América del Norte y Europa, regiones que concentraron la mayor parte de las exportaciones durante el periodo analizado. Asimismo, permitió identificar oportunidades para fortalecer la presencia en mercados de alto valor, impulsar productos con mayor diferenciación y consolidar estrategias orientadas a la diversificación de destinos y la generación de valor agregado.

Como complemento al análisis comercial, el documento incluyó información sobre la participación de Fedepanela en espacios de promoción internacional, el comportamiento de productos con valor agregado como la panela saborizada y la miel de caña, así como recomendaciones estratégicas para fortalecer el proceso de internacionalización del sector



panelero colombiano. Este ejercicio constituye una herramienta de apoyo para la toma de decisiones de productores, asociaciones, empresas exportadoras y entidades vinculadas al desarrollo de la cadena panelera.

Boletines de interés comercial

- **Nuevas Tecnologías para el sector panelero 2025**



En un contexto global cada vez más competitivo y digitalizado, el subsector panelero enfrenta el reto de evolucionar hacia modelos más eficientes e innovadores sin perder su esencia tradicional. En este escenario, la adopción de nuevas tecnologías se posiciona como un factor clave para mejorar la productividad, optimizar procesos y fortalecer la competitividad en mercados nacionales e internacionales. Este boletín de tendencias ofrece una visión estratégica sobre las principales herramientas que están transformando la producción y comercialización de la panela.

Entre las tecnologías destacadas se encuentran la inteligencia artificial, la analítica de datos y la automatización, las cuales permiten mejorar la toma de decisiones, reducir costos y aumentar la eficiencia en la cadena productiva. Asimismo, se abordan tendencias de comercialización digital como la omnicanalidad y el social commerce, que facilitan el acceso a nuevos mercados, fortalecen la relación con el consumidor y permiten generar experiencias de compra más personalizadas, confiables y alineadas con las exigencias actuales.

En este sentido, el boletín resalta que el éxito del sector panelero en 2026 no dependerá únicamente de la calidad del producto, sino de la capacidad de incorporar tecnología, generar valor agregado y cumplir con estándares internacionales. La transformación digital se consolida, así como una herramienta estratégica para garantizar la sostenibilidad, el posicionamiento y el crecimiento del sector en el mediano y largo plazo.

Evolución de la panela en el mercado de Estados Unidos



El boletín titulado “Evolución de las exportaciones de panela colombiana hacia Estados Unidos” constituye una herramienta informativa estratégica que presenta de manera clara y estructurada el comportamiento histórico de este producto en uno de los principales mercados internacionales. A través de un enfoque analítico y visual, el documento permite evidenciar la dinámica exportadora del sector panelero, resaltando tendencias de crecimiento, consolidación y oportunidades de fortalecimiento comercial.

Asimismo, el boletín cumple una función clave al posicionar la panela colombiana como un producto con alto potencial en mercados exigentes, destacando no solo su valor económico sino también su relevancia dentro de la oferta agroindustrial del país. Su diseño tipo boletín facilita la comprensión de la información y lo convierte en un insumo útil tanto para actores del sector como para procesos de promoción comercial e internacionalización.

Finalmente, el documento integra un componente de articulación institucional al invitar a la participación en espacios de formación y actualización, lo que refuerza la estrategia de acompañamiento al sector panelero en temas de innovación, exportaciones y adopción de nuevas tecnologías. En conjunto, este boletín representa un aporte significativo para la difusión de información clave y la toma de decisiones en el ámbito comercial.

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

- **Mesa de trabajo con exportadores de Santander y Boyacá**

En el marco del taller, se desarrolló un componente de análisis de mercados internacionales, mediante el cual se identificaron oportunidades de expansión en regiones con baja presencia de panela colombiana, tales como Europa, Asia, Medio Oriente y Oceanía. De igual manera, se socializaron tendencias globales de consumo, destacando el



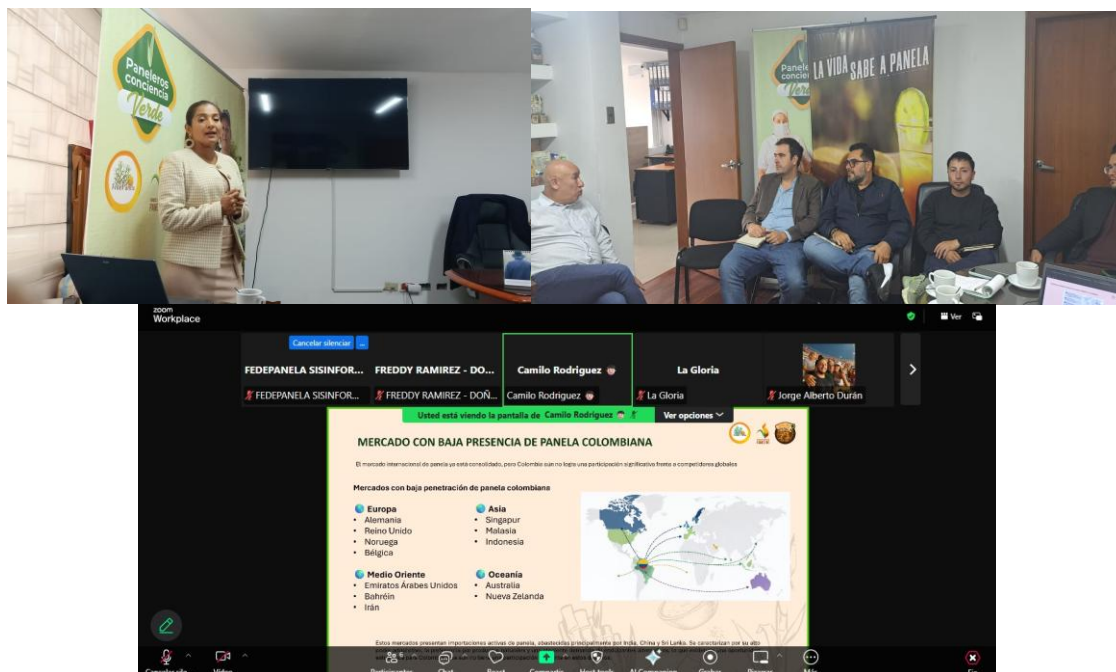
crecimiento en la demanda de productos naturales y saludables, lo que representa una oportunidad estratégica para el sector panelero.

El taller incluyó un espacio de participación de los asistentes, quienes aportaron desde su experiencia en temas relacionados con organización del sector, requisitos de exportación, fortalecimiento logístico, calidad del producto y estrategias comerciales. Estas intervenciones enriquecieron el desarrollo de la jornada, permitiendo construir una visión colectiva sobre las necesidades y oportunidades del bloque exportador.

Adicionalmente, se realizó la socialización de ferias y eventos internacionales, presentando sus características y beneficios como plataformas para la promoción del producto, generación de contactos comerciales y apertura de nuevos mercados. Los participantes manifestaron interés en vincularse a estos espacios, reconociéndolos como herramientas clave para la internacionalización.

Como resultado del taller, se definieron acciones orientadas a priorizar la participación en ferias internacionales estratégicas, fortalecer el posicionamiento de la panela en mercados internacionales y promover el trabajo articulado entre los actores del sector, con el acompañamiento de Fedepanela.

En conclusión, el desarrollo de este taller permitió fortalecer las capacidades comerciales de los participantes, promover el intercambio de experiencias y generar lineamientos estratégicos para la consolidación del bloque exportador, contribuyendo al proceso de internacionalización de la panela colombiana.



- **Participación FITHEP Expoalimentaria Argentina**



En el marco de las estrategias definidas para el año 2026, orientadas al cumplimiento del indicador “Presencia en ferias y misiones estratégicas”, se gestionó la participación en la Feria FITHEP Expoalimentaria Latinoamericana 2026, llevada a cabo en Buenos Aires (Argentina), del 1 al 4 de junio de 2026.



FITHEP Expoalimentaria es la feria internacional más importante de Latinoamérica para la industria de alimentos, especializada en tecnologías, materias primas y servicios dirigidos a:

- Heladeros
- Pasteleros
- Chocolateros
- Panaderos
- Pizzeros
- Profesionales del food service

El evento, realizado en el Pabellón Azul de La Rural (Buenos Aires), se destacó por:

- Más de 20.000 visitantes especializados
- Participación de cientos de marcas nacionales e internacionales
- Exhibición de maquinaria, insumos y equipamiento
- Espacios de capacitación, talleres y demostraciones
- Competencias técnicas del sector gastronómico

Este escenario se configuró como una vitrina estratégica para el posicionamiento internacional de productos diferenciados como la panela colombiana.

Se contó con el acompañamiento de:

- ASOINDUPANI – Huila
- ASOSEYNEKUN – Cesar



Estas asociaciones contribuyeron con muestras representativas de sus productos, fortaleciendo la exhibición de la oferta panelera colombiana.



Visita institucional destacada

Se contó con la visita del Embajador de Colombia en Argentina, Dr. José Roberto Acosta, quien:

- Reconoció la importancia de la participación de Fedepanela
- Destacó el valor de la panela como producto representativo del país
- Resaltó el potencial de acceso al mercado argentino a través de este tipo de espacios

Esta visita institucional fortaleció la visibilidad y respaldo del sector panelero a nivel internacional.



Interacción con visitantes y posicionamiento



- La participación generó interés constante por parte de:
 - o Empresarios del sector gastronómico
 - o Profesionales del food service
 - o Público técnico especializado
- Actividades realizadas:
 - o Se realizaron demostraciones directas de productos
 - o Se ofrecieron degustaciones
 - o Se establecieron conversaciones comerciales
 - o Se promovió la historia y origen de la panela
 - o Exhibición organizada de productos con identidad visual colombiana
 - o Interacción directa con visitantes en el stand
 - o Explicaciones comerciales y técnicas sobre los productos





Registro de contactos y oportunidades comerciales

Durante los cuatro días de feria se logró consolidar un número significativo de primeros acercamientos comerciales, con actores clave del sector alimentario argentino y regional.

- **Consolidado general**

- o Total, de contactos registrados: 36
- o Contactos con compromiso de envío de información técnica: 31
- o Contactos con interés comercial directo (uso o compra): 20
- o Contactos estratégicos (compras, distribución o desarrollo): 8

Nota: Está en proceso de completar el listado de datos de contacto de los primeros acercamientos comerciales, se tiene una proyección de 30 registro más por consolidar.

- **Segmentación por tipo de negocio**

Los contactos se distribuyen en los siguientes sectores:

- Panaderías y pastelerías: 10
- Heladerías: 6
- Cafeterías y restaurantes: 6
- Gastronomía / food service: 5
- Industria y compradores (chocolates, alimentos, distribución): 5
- Otros (arquitectura gastronómica, natural, importadores): 4

Resultados y conclusiones



- **Resultados alcanzados**

- o Amplia divulgación de la panela colombiana en el mercado argentino
- o Posicionamiento del producto como alternativa natural y versátil
- o Generación de contactos comerciales potenciales
- o Fortalecimiento de la imagen de Fedepanela y sus asociaciones

Conclusiones

- FITHEP Exportalimentaria se consolida como un escenario estratégico para la internacionalización del sector panelero
- La diversificación de productos es clave para atraer nuevos mercados
- La interacción directa con compradores permite validar oportunidades comerciales
- La articulación entre Fedepanela y asociaciones productoras fortalece la oferta exportable
- Permite Generar una base sólida de contactos cualificados
- Identificar clientes potenciales en diferentes segmentos
- Posicionar la panela como un ingrediente innovador en la industria alimentaria
- Establecer compromisos concretos de seguimiento comercial

Asesoría en procesos de comercialización internacional

Durante el segundo trimestre de 2026, en el marco del Proyecto Apoyo a la Gestión Comercial, se desarrollaron doce (12) asesorías técnicas especializadas dirigidas a asociaciones, cooperativas, empresas y emprendedores del sector panelero interesados en fortalecer sus capacidades para acceder a mercados internacionales. Estos espacios de acompañamiento permitieron brindar orientación sobre los requisitos legales, técnicos, sanitarios, comerciales y logísticos necesarios para adelantar procesos de exportación de panela y sus derivados.

Las asesorías abordaron temas relacionados con la formalización empresarial, registros ante entidades gubernamentales, requisitos de calidad e inocuidad, normatividad para el ingreso a mercados internacionales, análisis de oportunidades comerciales, acceso a beneficios derivados de tratados de libre comercio, definición de estrategias de comercialización, requisitos de etiquetado y rotulado, así como aspectos asociados a la estructuración de costos, logística internacional y fortalecimiento organizacional.

Asimismo, se brindó acompañamiento a empresas y organizaciones que actualmente adelantan procesos de exportación o que proyectan iniciar operaciones hacia mercados como Estados Unidos, Argentina y Australia, proporcionando orientación específica sobre requisitos documentales, registros sanitarios, adecuación de empaques, desarrollo de marca, información nutricional, certificaciones y condiciones de acceso exigidas por cada país de destino. A continuación, se presenta el resumen de las asesorías desarrolladas, los principales temas abordados y los compromisos establecidos con cada organización para avanzar en sus procesos de internacionalización y fortalecimiento comercial.

- **Central de Miles de Palocabildo**

Durante la asesoría exportadora se contó con la participación de Leonardo Maldonado Sánchez, alcalde del municipio de Palocabildo, el señor Adne Dotado y demás personas interesadas en el fortalecimiento del proceso comercial y exportador del sector panelero de la región.



En el desarrollo de la jornada, los participantes manifestaron que actualmente se encuentran trabajando con una central homogenizadora de mieles ubicada en la Central de Mieles de Palocabildo y expresaron su interés en dar inicio a un proceso de exportación de panela y productos derivados. En este sentido, realizaron diferentes consultas relacionadas con los requisitos y procedimientos que debe cumplir la asociación para acceder a mercados internacionales.

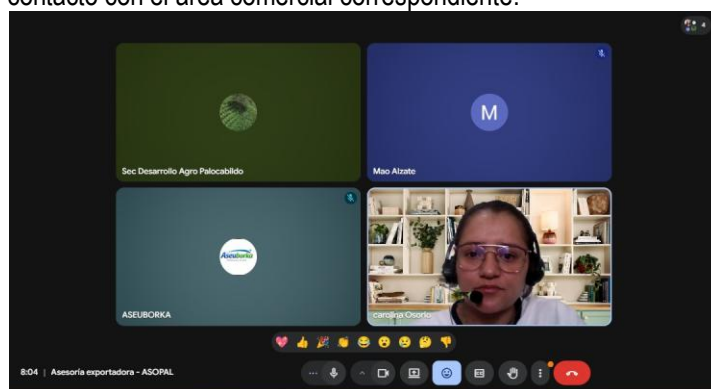
Frente a lo anterior, se brindó orientación integral sobre el proceso de exportación de panela, iniciando con la importancia de avanzar en la formalización empresarial, siendo este uno de los principales requisitos para el desarrollo de actividades de comercio exterior. Asimismo, se explicó la necesidad de cumplir con las obligaciones y registros ante las diferentes entidades gubernamentales, entre ellas la DIAN, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e INVIMA.

De igual manera, se socializó el procedimiento para la adquisición de firma digital a través de entidades autorizadas como Certicámara, Camerfirma, GSE y Andes SCD, herramienta indispensable para la realización de trámites aduaneros y operaciones de exportación. Adicionalmente, se explicó la importancia de contar con el registro y acompañamiento de agentes de aduana, agentes de carga y registros ante terminales portuarias, así como la necesidad de identificar previamente un cliente o mercado objetivo.

Durante la asesoría también se abordó la importancia de realizar análisis del mercado internacional al cual se pretende llegar, con el propósito de identificar la existencia de tratados de libre comercio o acuerdos comerciales que permitan beneficios arancelarios para el producto. Asimismo, se explicó la relevancia de definir adecuadamente los términos de negociación internacional – INCOTERMS, establecer una estructura de costos de exportación, definir el sistema de rotulado y etiquetado requerido, y gestionar los análisis fisicoquímicos y microbiológicos del producto.

Finalmente, se hizo énfasis en el cumplimiento de requisitos de calidad e inocuidad, resaltando que la comercialización de panela elaborada bajo inadecuadas prácticas de producción puede generar pérdida de clientes, afectación de la confianza comercial, pérdidas económicas e incluso costos asociados a destrucción de mercancía en destino.

Como resultado de la asesoría, se acordó como tarea inicial la revisión y organización de la documentación legal y empresarial de la asociación, con el fin de dar inicio al proceso de acompañamiento exportador. Los participantes manifestaron comprensión frente a la información suministrada y expresaron que, en caso de requerir una nueva asesoría, se pondrán en contacto con el área comercial correspondiente.



- **Juan Carlos Trujillo**

En el marco de la asesoría exportadora brindada al señor Juan Carlos Trujillo, se identificó que actualmente cuenta con la idea de negocio denominada Trade Winds SAS, la cual a la fecha no hace parte del proceso de formalidad



empresarial. El interesado expresó su intención de exportar panela al mercado de Estados Unidos, teniendo contactos comerciales y posibles aliados estratégicos en Miami, Florida y la zona de Nueva York.

Durante el espacio de acompañamiento, el señor Juan Carlos informó que ha solicitado cotizaciones a las empresas Heincke y Fruticol, comercializadoras e intermediarias del sector, con el propósito de evaluar alternativas para la exportación de panela. Sin embargo, indicó que, de acuerdo con las condiciones comerciales planteadas por dichas empresas y su modelo de operación, no percibe márgenes de ganancia competitivos, razón por la cual busca desarrollar un proceso exportador propio que le permita obtener mayor rentabilidad y participación directa en el mercado internacional.

Teniendo en cuenta lo anterior, se brindó orientación integral sobre el proceso de exportación de panela, partiendo como requisito fundamental del proceso de formalización empresarial, considerando que este constituye uno de los principales factores para el desarrollo de operaciones de comercio exterior.

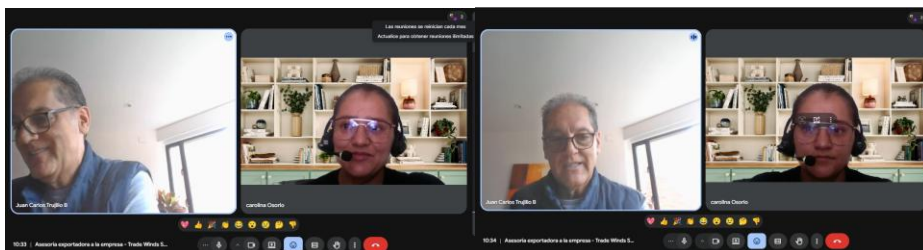
Asimismo, se brindó orientación sobre el cumplimiento de requisitos y obligaciones ante diferentes entidades gubernamentales, entre ellas la DIAN, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e INVIMA. De igual manera, se explicó la necesidad de adquirir firma digital mediante entidades autorizadas como Certicámara, Camerfirma, GSE y Andes SCD, herramienta requerida para adelantar trámites aduaneros y operaciones de exportación.

Durante la jornada también se abordaron temas relacionados con el registro y acompañamiento de agentes de aduana, agentes de carga y registros ante terminales portuarias, así como la importancia de contar con clientes identificados según el mercado objetivo. Adicionalmente, se explicó la necesidad de realizar análisis del mercado internacional al cual se pretende exportar, con el fin de identificar tratados de libre comercio o acuerdos comerciales vigentes que permitan beneficios arancelarios para el producto colombiano en Estados Unidos.

De igual manera, se socializaron aspectos relacionados con la definición de términos de negociación internacional – INCOTERMS, estructuración de costos de exportación, definición de rotulado y etiquetado, registro ante la FDA para ingreso de alimentos a Estados Unidos, solicitud de análisis fisicoquímicos y microbiológicos del producto, formas de presentación comercial, tipos de contenedores y modalidades de despacho, incluyendo carga en arrume negro o paletizada.

Finalmente, se hizo énfasis en la importancia del cumplimiento de requisitos de calidad e inocuidad, resaltando que la comercialización de panela elaborada bajo inadecuadas prácticas de producción puede generar pérdida de clientes, afectación de la confianza comercial, pérdidas económicas y posibles costos asociados a destrucción de mercancía en destino.

Como resultado de la asesoría, se estableció como tarea principal avanzar en la constitución y formalización de la empresa, teniendo en cuenta que sin este requisito no es viable dar inicio formal a un proceso exportador. El interesado manifestó comprender la información suministrada y expresó que, en caso de requerir una nueva asesoría, se pondrá en contacto con el área comercial correspondiente.



Panela el Triangulo

Como parte de la asesoría exportadora brindada al señor Mauricio García y sus hijos Sebastián y David García, propietarios de la empresa Panela El Triángulo, los participantes manifestaron contar con una trayectoria aproximada de 40 años en el mercado panelero y más de 12 años de experiencia en procesos de comercialización de panela en diferentes canales de distribución.

Durante la jornada, indicaron que anteriormente comercializaron sus productos en cadenas como Justo & Bueno, antes de su liquidación, así como en establecimientos D1 y almacenes La 14 en el departamento del Valle del Cauca. Asimismo, manifestaron que actualmente sus hijos adelantan estudios en Estados Unidos, situación que les ha permitido identificar oportunidades comerciales para la exportación de panela pulverizada hacia dicho mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, se brindó orientación integral sobre el proceso de exportación de panela, iniciando con la importancia de fortalecer y mantener los procesos de formalidad empresarial, considerando que este es uno de los principales requisitos para desarrollar operaciones de comercio exterior de manera adecuada.

De igual manera, se socializó el cumplimiento de obligaciones y registros ante entidades gubernamentales como la DIAN, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e INVIMA. Asimismo, se explicó la necesidad de contar con firma digital expedida por entidades autorizadas como Certicámara, Camerfirma, GSE y Andes SCD, herramienta requerida para adelantar trámites aduaneros y procesos de exportación.

Durante el espacio de asesoría también se abordaron aspectos relacionados con el registro y acompañamiento de agentes de aduana, agentes de carga y registros ante terminales portuarias, así como la importancia de contar con clientes potenciales previamente identificados según el mercado objetivo.

Adicionalmente, se explicó la importancia de realizar análisis del mercado internacional al cual se pretende exportar, con el fin de identificar tratados de libre comercio o acuerdos comerciales aplicables al producto. Para el caso específico de Estados Unidos, mercado de interés para la empresa, se informó que Colombia cuenta con Tratado de Libre Comercio (TLC) vigente y beneficios comerciales en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC), incluyendo contingentes administrados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo bajo modalidades preferenciales para determinados productos.

Asimismo, se brindó orientación sobre la definición de términos de negociación internacional – INCOTERMS, estructuración de costos de exportación, definición de rotulado y etiquetado, registro ante la FDA para ingreso de alimentos a Estados Unidos y solicitud de análisis fisicoquímicos y microbiológicos del producto.



Igualmente, se abordaron temas relacionados con formas de presentación comercial, tipos de contenedores y modalidades de despacho de mercancía, incluyendo exportaciones en arrume negro o carga paletizada.

Finalmente, se hizo énfasis en el cumplimiento de requisitos de calidad e inocuidad, resaltando que la comercialización de panela elaborada bajo inadecuadas prácticas de producción puede generar pérdida de clientes, afectación de la confianza comercial, pérdidas económicas e incluso costos asociados a destrucción de mercancía en destino.

Como resultado de la asesoría, se estableció como compromiso la revisión y organización de la documentación de la empresa y la elaboración de una lista de chequeo con las tareas y requisitos que deberán adelantar para avanzar en su proceso exportador. Los participantes manifestaron comprensión frente a la información suministrada e indicaron que posteriormente se pondrán en contacto con el área comercial para continuar con el acompañamiento técnico y comercial correspondiente.



• Asociación Municipal de Productores Paneleros del Municipio de Pueblo Rico (ASOPRI)

La Asociación Municipal de Productores Paneleros del Municipio de Pueblo Rico – ASOPRI, identificada con NIT 816004917-7, manifestó durante la asesoría exportadora que fue constituida en el año 2000 y que actualmente cuenta con aproximadamente 70 socios activos vinculados a la organización.

Asimismo, informaron que históricamente han participado en procesos de exportación de panela a través de empresas intermediarias y comercializadoras como Imepex, entre ellas Bio Alimentación Colombia SAS, Lugoexport y Reison en Estados Unidos, compañías mediante las cuales se ha logrado enviar producto hacia mercados internacionales como Italia, España, Chile y Estados Unidos.

No obstante, la asociación manifestó su interés en iniciar directamente su propio ejercicio exportador, motivo por el cual solicitaron orientación respecto a los procesos, registros y requisitos necesarios para adelantar operaciones de comercio exterior de manera formal y conforme a la normatividad vigente.

Frente a lo anterior, se brindó acompañamiento técnico sobre los principales trámites y requisitos que deben adelantar ante las diferentes entidades gubernamentales. Inicialmente, se recomendó realizar la actualización del Registro Único Tributario – RUT ante la DIAN, específicamente en la casilla 54, incorporando la responsabilidad 22, correspondiente a usuarios que desarrollan actividades de exportación, con el fin de informar formalmente a la entidad que la organización dará inicio a operaciones de comercio exterior.

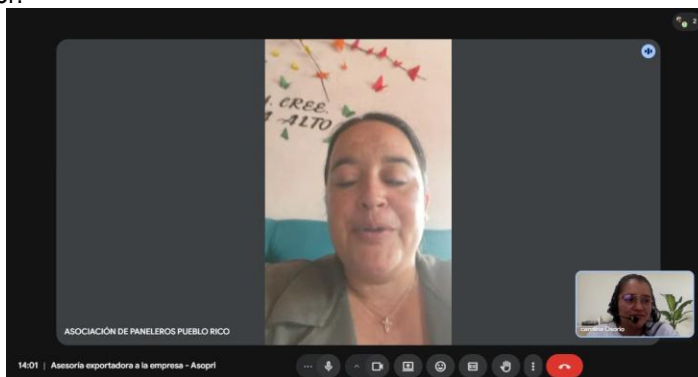


De igual manera, se orientó a la asociación sobre la necesidad de realizar el registro como usuario VUCE – Ventanilla Única de Comercio Exterior, plataforma administrada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, indispensable para la gestión de trámites relacionados con exportaciones.

Asimismo, se explicó el procedimiento para la adquisición de firma digital mediante entidades autorizadas como Certicámara, GSE, Andes SCD y Camerfirma, herramienta requerida para adelantar procesos documentales y aduaneros asociados a las exportaciones.

Adicionalmente, se recomendó realizar el registro en el módulo de contingentes de exportación y en el módulo de la Policía Antinarcóticos, requisitos importantes dentro de los procedimientos de comercio exterior y control logístico para exportaciones de productos alimenticios.

Finalmente, la asociación manifestó comprender la información suministrada y se comprometió a adelantar los trámites y tareas recomendadas. Igualmente, indicaron que en un plazo aproximado de dos semanas realizarán la entrega de los soportes y avances correspondientes para su respectiva revisión y validación dentro del proceso de acompañamiento exportador.



- **Asociación ASPCR Retiro Cañaveral**

Se brindó asesoría exportadora a la Asociación ASPCR Retiro Cañaveral, representada por el señor Oliverio Martínez. La asociación se encuentra ubicada en las veredas Retiro y Cañaveral y fue constituida hace aproximadamente cinco años.

Actualmente, la organización desarrolla actividades relacionadas con el cultivo de caña panelera y la producción de diferentes presentaciones de panela, entre ellas panela pulverizada, panela tipo tejo y panela redonda. La asociación está conformada por 14 socios y manifestó su interés en iniciar un proceso de exportación de sus productos.

Durante el espacio de asesoría, se informó que actualmente comercializan sus productos en el municipio de Anserma, incluyendo ventas a supermercados y establecimientos de cadena como tiendas D1, así como en el municipio de Quinchía. No obstante, manifestaron que actualmente no cuentan con clientes internacionales identificados para el desarrollo de operaciones de exportación.



Teniendo en cuenta lo anterior, se brindó orientación integral sobre el proceso de exportación de panela, iniciando con la importancia de avanzar en la formalización empresarial, siendo este uno de los principales requisitos para el desarrollo de actividades de comercio exterior. Asimismo, se explicó la necesidad de cumplir con las obligaciones y registros ante diferentes entidades gubernamentales, entre ellas la DIAN, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e INVIMA.

De igual manera, se socializó el procedimiento para la adquisición de firma digital mediante entidades autorizadas como Certicámara, Camerfirma, GSE y Andes SCD, herramienta indispensable para la realización de trámites aduaneros y operaciones de exportación.

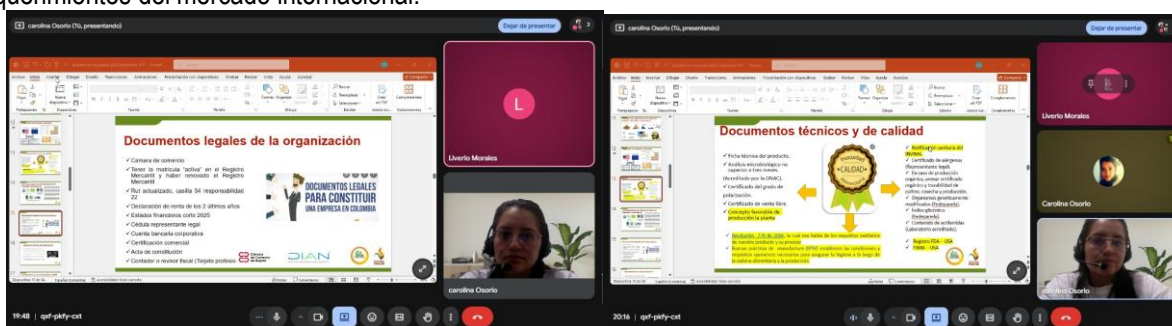
Adicionalmente, se explicó la importancia de contar con el acompañamiento de agentes de aduana, agentes de carga y registros ante terminales portuarias, así como la necesidad de identificar previamente un cliente o mercado objetivo para el desarrollo de operaciones comerciales internacionales.

Durante la asesoría también se abordó la importancia de realizar análisis del mercado internacional al cual se pretende llegar, con el propósito de identificar la existencia de tratados de libre comercio o acuerdos comerciales que permitan beneficios arancelarios para el producto colombiano.

Asimismo, se explicó la relevancia de definir adecuadamente los términos de negociación internacional – INCOTERMS, establecer una estructura de costos de exportación, definir el sistema de rotulado y etiquetado requerido, y gestionar los análisis fisicoquímicos y microbiológicos del producto.

Finalmente, se hizo énfasis en el cumplimiento de requisitos de calidad e inocuidad, resaltando que la comercialización de panela elaborada bajo inadecuadas prácticas de producción puede generar pérdida de clientes, afectación de la confianza comercial, pérdidas económicas e incluso costos asociados a destrucción de mercancía en destino.

Como resultado de la asesoría, el señor Oliverio Martínez manifestó que deberá socializar la información con los demás integrantes de la asociación, con el fin de revisar la viabilidad de iniciar un ejercicio exportador en el mediano plazo. Asimismo, destacó la importancia de continuar fortaleciendo sus conocimientos sobre las exigencias y requerimientos del mercado internacional.



- **Cooperativa Integral de Cañicultores de la Provincia de Ocaña – COOINCAPRO**

En atención a la solicitud de acompañamiento realizada por la Cooperativa Integral de Cañicultores de la Provincia de Ocaña – COOINCAPRO, identificada con NIT 900017848-1, se desarrolló una asesoría exportadora orientada a



socializar los principales requisitos, procedimientos y aspectos técnicos relacionados con el desarrollo de operaciones de comercio exterior para panela.

La organización manifestó contar con aproximadamente 20 años de constitución y actualmente agrupar a 92 productores paneleros de la región. Asimismo, el señor Albeiro Martínez informó que la cooperativa desarrolla actividades productivas en diferentes municipios de Norte de Santander, entre ellos Ocaña, González y San Calixto.

Durante el espacio de acompañamiento, se indicó que en los últimos años la organización ha venido adelantando procesos de mejoramiento de infraestructura con recursos propios, logrando actualmente obtener seis conceptos favorables emitidos por INVIMA con observaciones pendientes por subsanar.

De igual manera, se manifestó que actualmente la panela producida en la región se comercializa a uno de los precios más bajos a nivel nacional y que en la zona persisten dinámicas comerciales tradicionales, como la venta de panela por cajas y no por kilogramo, situación que afecta la estandarización y competitividad del producto. Adicionalmente, se informó que en el municipio de Ocaña existen aproximadamente cinco intermediarios encargados de la distribución y comercialización del producto.

El señor Albeiro Martínez indicó que funcionarios de la Agencia de Desarrollo Rural – ADR les han insistido sobre la importancia de iniciar procesos de internacionalización y ejercicios de exportación, motivo por el cual manifestó interés en conocer de manera integral todos los requisitos y procesos necesarios para acceder a mercados internacionales.

Teniendo en cuenta lo anterior, se brindó orientación integral sobre el proceso de exportación de panela, iniciando con la importancia de fortalecer y mantener procesos de formalización empresarial, siendo este uno de los principales requisitos para el desarrollo de actividades de comercio exterior. Asimismo, se explicó la necesidad de cumplir con las obligaciones y registros ante diferentes entidades gubernamentales, entre ellas la DIAN, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e INVIMA.

De igual manera, se socializó el procedimiento para la adquisición de firma digital mediante entidades autorizadas como Certicámara, Camerfirma, GSE y Andes SCD, herramienta indispensable para la realización de trámites aduaneros y operaciones de exportación.

Adicionalmente, se explicó la importancia de contar con el acompañamiento de agentes de aduana, agentes de carga y registros ante terminales portuarias, así como la necesidad de identificar previamente clientes potenciales o mercados objetivos para el desarrollo de operaciones comerciales internacionales.

Durante la asesoría también se abordó la importancia de realizar análisis del mercado internacional al cual se pretende llegar, con el propósito de identificar la existencia de tratados de libre comercio o acuerdos comerciales que permitan beneficios arancelarios para el producto colombiano.

Asimismo, se explicó la relevancia de definir adecuadamente los términos de negociación internacional – INCOTERMS, establecer una estructura de costos de exportación, definir el sistema de rotulado y etiquetado requerido según el país de destino y gestionar los análisis fisicoquímicos y microbiológicos del producto.

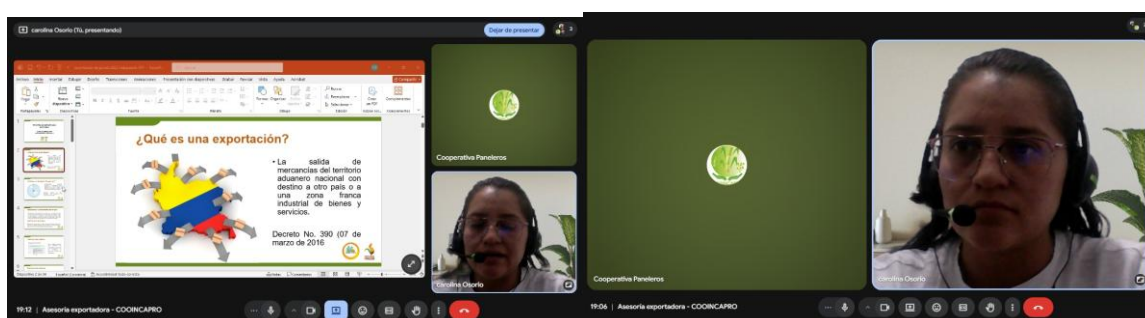
Igualmente, se recomendó que, en caso de proyectar exportaciones hacia Estados Unidos, la cooperativa deberá revisar y cumplir los requisitos establecidos por la FDA, especialmente aquellos relacionados con el registro como



empresa productora y exportadora de alimentos y las exigencias de etiquetado para ingreso al mercado estadounidense.

Finalmente, se hizo énfasis en el cumplimiento de requisitos de calidad e inocuidad, resaltando que la comercialización de panela elaborada bajo inadecuadas prácticas de producción puede generar pérdida de clientes, afectación de la confianza comercial, pérdidas económicas e incluso costos asociados a destrucción de mercancía en destino.

Como resultado de la asesoría, el señor Albeiro Martínez manifestó que el proceso exportador representa un reto importante debido a las diferentes exigencias normativas, técnicas y comerciales requeridas para acceder a mercados internacionales. No obstante, indicó que considera necesario avanzar en este tipo de procesos a largo plazo, con el propósito de fortalecer la competitividad y sostenibilidad comercial de la cooperativa.



• Asociación 20 de julio

Durante la asesoría realizada a la Asociación 20 de Julio, ubicada en el municipio de Linares, Nariño, la señora Fabiola Bolaño manifestó que la organización fue constituida en el año 1993 con el objetivo principal de generar empleo y fortalecer el desarrollo económico de las familias paneleras de la región.

Asimismo, indicó que actualmente la asociación atraviesa una situación compleja debido a la disminución de asociados activos, manifestando que gran parte de los productores se han retirado de la organización para involucrarse en prácticas ilegales relacionadas con la adulteración de panela, situación que viene afectando gravemente al sector panelero del departamento de Nariño.

La señora Fabiola Bolaño expresó su preocupación frente a la problemática conocida en la región como “derrite”, práctica ilegal mediante la cual se derrite azúcar industrial, en algunos casos de contrabando, mezclándola con melazas y diferentes sustancias químicas para moldearla y comercializarla fraudulentamente como panela tradicional.

Según lo manifestado durante la reunión, esta situación viene afectando considerablemente la calidad del producto, la confianza de los consumidores, la reputación de la panela nariñense y los precios del mercado, generando una competencia desleal para los productores legales de la región.

Igualmente, se informó que en municipios como Linares, Sandoná, Ancuya y Consacá se han identificado centros clandestinos de producción de panela adulterada, donde presuntamente se utilizan sustancias químicas nocivas para la salud pública, afectando las condiciones naturales y de inocuidad del producto.



La representante de la asociación también manifestó que, gracias a las denuncias realizadas por productores y organizaciones del sector panelero, las autoridades competentes han adelantado operativos, allanamientos, capturas e incautaciones de azúcar ilegal, panela adulterada e insumos químicos utilizados en estas prácticas ilícitas. Asimismo, solicitó que este tipo de controles y acciones institucionales continúen fortaleciéndose para proteger a los productores legales de panela.

Durante el espacio de acompañamiento también se socializó la importancia de preservar las buenas prácticas de producción, fortalecer la formalización empresarial y recuperar la confianza del mercado como aspectos fundamentales para proyectar a futuro procesos de comercialización especializada y exportación de panela.

Teniendo en cuenta lo anterior, se brindó orientación integral sobre el proceso de exportación de panela, iniciando con la importancia de fortalecer y mantener procesos de formalización empresarial, siendo este uno de los principales requisitos para el desarrollo de actividades de comercio exterior. Asimismo, se explicó la necesidad de cumplir con las obligaciones y registros ante diferentes entidades gubernamentales, entre ellas la DIAN, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e INVIMA.

De igual manera, se socializó el procedimiento para la adquisición de firma digital mediante entidades autorizadas como Certicámara, Camerfirma, GSE y Andes SCD, herramienta indispensable para la realización de trámites aduaneros y operaciones de exportación.

Adicionalmente, se explicó la importancia de contar con el acompañamiento de agentes de aduana, agentes de carga y registros ante terminales portuarias, así como la necesidad de identificar previamente clientes potenciales o mercados objetivos para el desarrollo de operaciones comerciales internacionales.

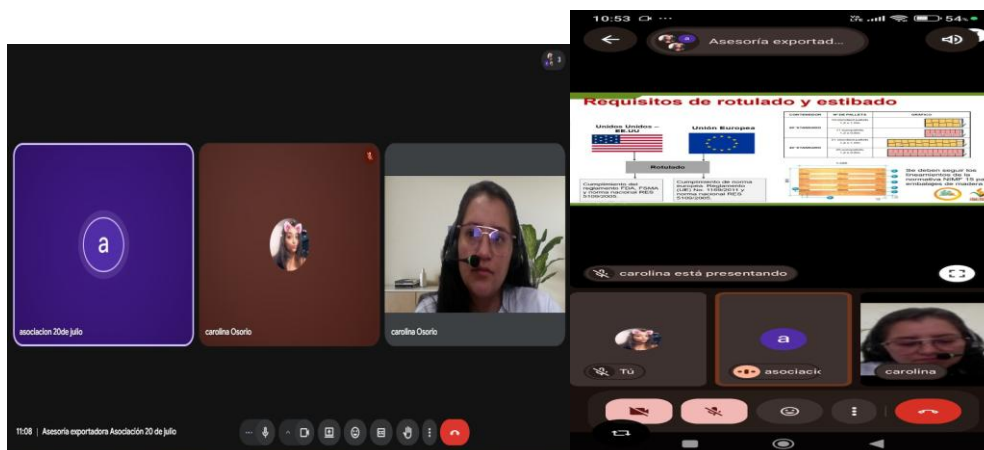
Durante la asesoría también se abordó la importancia de realizar análisis del mercado internacional al cual se pretende llegar, con el propósito de identificar la existencia de tratados de libre comercio o acuerdos comerciales que permitan beneficios arancelarios para el producto colombiano.

Asimismo, se explicó la relevancia de definir adecuadamente los términos de negociación internacional – INCOTERMS, establecer una estructura de costos de exportación, definir el sistema de rotulado y etiquetado requerido según el país de destino y gestionar los análisis fisicoquímicos y microbiológicos del producto.

Igualmente, se recomendó que, en caso de proyectar exportaciones hacia Estados Unidos, la organización deberá revisar y cumplir los requisitos establecidos por la FDA, especialmente aquellos relacionados con el registro como empresa productora y exportadora de alimentos y las exigencias de etiquetado para ingreso al mercado estadounidense.

Finalmente, se hizo énfasis en el cumplimiento de requisitos de calidad e inocuidad, resaltando que la comercialización de panela elaborada bajo inadecuadas prácticas de producción puede generar pérdida de clientes, afectación de la confianza comercial, pérdidas económicas e incluso costos asociados a destrucción de mercancía en destino.

Como resultado de la asesoría, la Asociación 20 de Julio manifestó que inicialmente deberá adelantar procesos de fortalecimiento interno, recuperación de buenas prácticas productivas y organización de sus productores, con el propósito de evaluar en el mediano plazo la posibilidad de iniciar un ejercicio exportador formal y sostenible.



- **Asogrepaca (Asociación Gremial de Productores de Panela de Campamento)**

ASOGREPACA (Asociación Gremial de Productores de Panela de Campamento) es una asociación agropecuaria ubicada en el municipio de Campamento, Antioquia, legalmente constituida en el año 2003, dedicada a la producción y comercialización de panela en diferentes presentaciones, especialmente panela pulverizada.

Actualmente, la asociación cuenta con 31 socios activos, donde cada asociado aporta aproximadamente una tonelada semanal de producto. Dentro de sus líneas de producción se encuentran la panela en bloque tradicional de 8 cuartos y la panela pulverizada. Asimismo, se informó que cuentan con intermediarios encargados de la comercialización del producto y que anteriormente se han desarrollado dos ejercicios de exportación hacia Chile y Estados Unidos a través de empresas privadas intermediarias ubicadas en el Valle del Cauca, las cuales cuentan con centros de acopio y experiencia en operaciones de comercio exterior.

Durante la asesoría, se manifestó que actualmente la asociación no cuenta con marca propia registrada ni con clientes internacionales directos. No obstante, informaron que la organización tiene su documentación al día, participa en procesos de compras públicas y cuenta con registro INVIMA y/o notificación sanitaria vigente para sus productos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se brindó orientación integral sobre el proceso de exportación de panela, iniciando con la importancia de fortalecer y mantener procesos de formalización empresarial, siendo este uno de los principales requisitos para el desarrollo de actividades de comercio exterior. Asimismo, se explicó la necesidad de cumplir con las obligaciones y registros ante diferentes entidades gubernamentales, entre ellas la DIAN, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e INVIMA.

De igual manera, se informó sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones parafiscales del sector panelero, especialmente el pago de la Cuota de Fomento Panelero administrada por Fedepanela, de conformidad con lo establecido en la Ley 40 de 1990, recurso destinado al fortalecimiento, desarrollo y sostenibilidad del sector panelero colombiano.



Asimismo, se socializó el procedimiento para la adquisición de firma digital mediante entidades autorizadas como Certicámara, Camerfirma, GSE y Andes SCD, herramienta indispensable para la realización de trámites aduaneros y operaciones de exportación.

Adicionalmente, se explicó la importancia de contar con el acompañamiento de agentes de aduana, agentes de carga y registros ante terminales portuarias, así como la necesidad de identificar previamente clientes potenciales o mercados objetivos para el desarrollo de operaciones comerciales internacionales.

Durante la asesoría también se abordó la importancia de realizar análisis del mercado internacional al cual se pretende llegar, con el propósito de identificar la existencia de tratados de libre comercio o acuerdos comerciales que permitan beneficios arancelarios para el producto colombiano.

Asimismo, se explicó la relevancia de definir adecuadamente los términos de negociación internacional – INCOTERMS, establecer una estructura de costos de exportación, definir el sistema de rotulado y etiquetado requerido según el país de destino y gestionar los análisis fisicoquímicos y microbiológicos del producto.

Igualmente, se recomendó que, en caso de proyectar exportaciones hacia Estados Unidos, la asociación deberá revisar y cumplir los requisitos establecidos por la FDA, especialmente aquellos relacionados con el registro como empresa productora y exportadora de alimentos y las exigencias de etiquetado para ingreso al mercado estadounidense.

Finalmente, se hizo énfasis en el cumplimiento de requisitos de calidad e inocuidad, resaltando que la comercialización de panela elaborada bajo inadecuadas prácticas de producción puede generar pérdida de clientes, afectación de la confianza comercial, pérdidas económicas e incluso costos asociados a destrucción de mercancía en destino.

Por último, el señor Hernán Duque y su acompañante Tatiana manifestaron que adelantarán las tareas y recomendaciones socializadas durante la asesoría. Asimismo, consultaron si el hecho de registrar la empresa como exportadora ante la DIAN podría generar implicaciones negativas en caso de no realizar exportaciones inmediatamente.

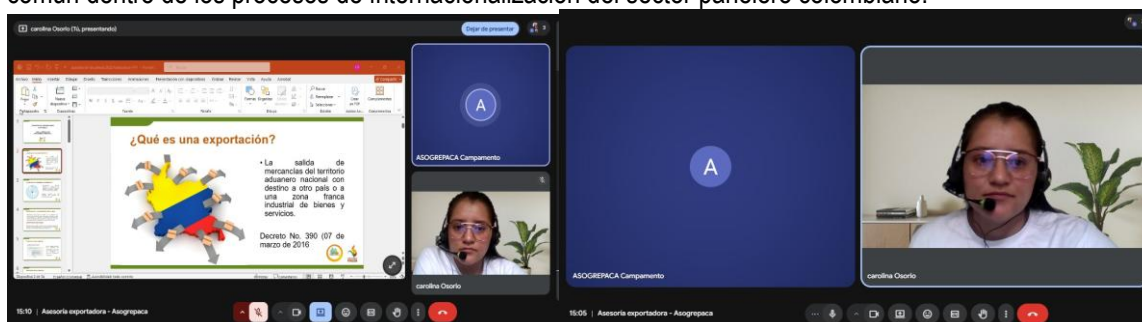
Frente a esta inquietud, se aclaró que adelantar procesos como la actualización del RUT con responsabilidad 22, el registro en VUCE, la adquisición de firma digital y demás registros ante entidades de comercio exterior, no obliga a realizar exportaciones inmediatas ni genera sanciones por no exportar panela.

Se explicó que muchas asociaciones, trapiches y empresas del sector adelantan estos procesos con el propósito de prepararse comercialmente, participar en ferias internacionales, buscar clientes potenciales, realizar cotizaciones o simplemente quedar habilitados para futuras oportunidades de negocio en mercados internacionales.

No obstante, se indicó que algunos trámites, como la firma digital, pueden generar costos y requerir renovaciones periódicas, aun cuando no se realicen exportaciones. Igualmente, se informó que únicamente en el momento en que la empresa desarrolle operaciones de exportación deberá cumplir plenamente con las obligaciones tributarias, aduaneras y documentales correspondientes.



Finalmente, se aclaró que el registro como exportador no modifica automáticamente el régimen tributario de la empresa ni genera impuestos adicionales únicamente por encontrarse habilitada como exportadora, situación que es común dentro de los procesos de internacionalización del sector panelero colombiano.



- **Asoseynekum**

Se tiene proyectada la asesoría en requisitos documentales y ajuste en rotulado para la exportación de panela orgánica a Argentina.

- **Sandi Panela**

Se tiene proyectada la asesoría en requisitos documentales y ajuste en rotulado para la exportación de palets en crema de panela para el mercado de Argentina.

- **Carolina Zuleta**

Se tiene proyectada la asesoría en requisitos para la exportación de panela para el mercado australiano.

- ✓ Origen y características de la panela colombiana
- ✓ precios promedio exportación Australia
- ✓ Empaques
- ✓ Desarrollo de marca
- ✓ Información nutricional y especificaciones técnicas del producto.

- **Aroma & co**

Se tiene proyectada la asesoría en requisitos para la exportación de panela para el mercado de Argentina.

6. Participación de agro empresas en espacios comerciales

- **Jornada de Preparación – Macrorrueda de Negocios organizada por Fedepanela**

Previo a la participación en la Macrorrueda de las Américas 2026, desde el área comercial de la Federación Nacional de Productores de Panela (Fedepanela) se desarrolló un proceso de preparación dirigido a las empresas del sector panelero, con el fin de fortalecer sus capacidades de negociación internacional y optimizar su participación en este espacio estratégico de conexión con compradores internacionales. Durante esta etapa, se socializó el alcance de la



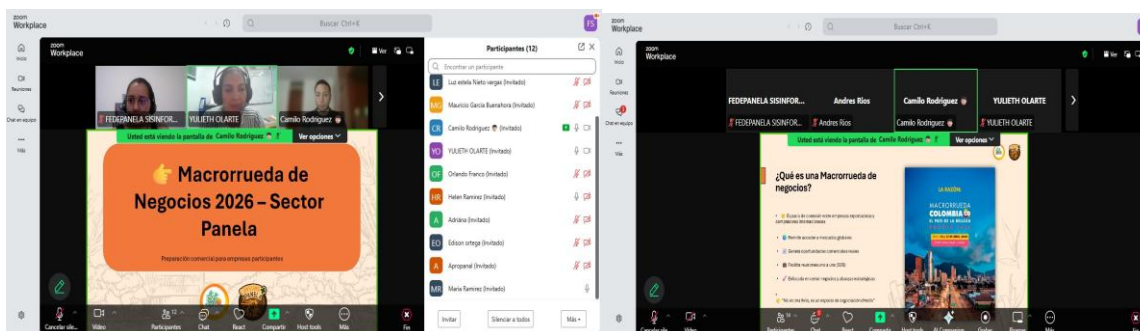
macrorrueda como un escenario orientado a la negociación directa entre exportadores y compradores, enfocado en la generación de oportunidades comerciales, el acceso a nuevos mercados y la consolidación de alianzas estratégicas mediante reuniones uno a uno.

Desde el área comercial se orientó a las empresas en la definición de sus objetivos de participación, así como en el fortalecimiento de aspectos clave para la negociación, especialmente en la estructuración de precios bajo términos FOB, considerando rangos de mercado, volúmenes, calidad del producto y condiciones específicas de cada destino internacional. Asimismo, se brindó información sobre el comportamiento de los mercados internacionales, destacando que las dinámicas de compra varían según el mercado, donde algunos priorizan volumen mientras otros valoran el valor agregado de productos diferenciados.

De igual manera, se realizó la socialización del portafolio exportable del sector panelero, resaltando productos como panela sólida en diferentes presentaciones, panela pulverizada en sus líneas convencional, saborizada y orgánica, miel de caña y sus derivados, así como productos con valor agregado como mermeladas, bebidas y licores artesanales. Este ejercicio permitió a las empresas identificar sus ventajas competitivas y ajustar su oferta a las exigencias del mercado internacional, destacando atributos como naturalidad, sostenibilidad, calidad e innovación.

Como parte del proceso de preparación, desde el área comercial también se brindó acompañamiento en la identificación y cumplimiento de los requisitos previos para la exportación, incluyendo la formalización empresarial, actualización del RUT, inscripción en la VUCE, obtención de firma digital y vinculación con agencias de aduanas. Adicionalmente, se orientó sobre la documentación requerida para los procesos de exportación, tales como factura comercial, lista de empaque, certificados sanitarios, certificado de origen y demás soportes necesarios para el acceso a mercados internacionales.

Asimismo, se proporcionaron lineamientos técnicos relacionados con el rotulado y empaque de los productos, teniendo en cuenta los requerimientos de los países destino en cuanto a idioma, información nutricional, contenido neto, fechas de producción y vencimiento, así como las condiciones adecuadas de empaque para garantizar la conservación y transporte del producto. También se socializó información sobre subpartidas arancelarias, aranceles y acuerdos comerciales vigentes, facilitando una mejor comprensión de las condiciones de acceso a mercados.



El Fondo de Fomento Panelero fortalece su estrategia comercial en la Macrorrueda de las Américas en Bogotá



En el marco de la Macrorrueda de las Américas 2026, la Federación Nacional de Productores de Panela Fedepanela-FFP, a través de su Dirección Comercial, participó activamente con el propósito de fortalecer el posicionamiento del sector panelero colombiano en mercados internacionales, generar oportunidades de negocio y ampliar la cobertura de exportación de la panela y sus derivados. Durante el desarrollo del evento, se lideró la articulación entre la oferta exportable del sector y la demanda de compradores internacionales estratégicos, lo que permitió estructurar y ejecutar una agenda comercial efectiva.

Como resultado de esta gestión, se llevaron a cabo 23 citas comerciales con empresas provenientes de mercados clave como Aruba, Trinidad y Tobago, Argentina, Reino Unido, Australia, Canadá, España y Estados Unidos, facilitando el establecimiento de contactos directos y el avance en procesos de negociación con potenciales aliados comerciales. En este espacio participaron 41 empresas colombianas con oferta de panela y productos derivados, quienes presentaron su portafolio ante compradores internacionales, destacando productos con valor agregado como la panela pulverizada, orgánica y en presentaciones innovadoras.

Las reuniones desarrolladas permitieron identificar oportunidades concretas de negocio y evidenciaron un alto interés en productos paneleros diferenciados. Asimismo, se resaltó la diversidad del portafolio del sector, incluyendo mieles, dulcería, bebidas y licores artesanales derivados de la panela, lo cual fortaleció la percepción del subsector como una industria con potencial de innovación y diversificación.

De manera estratégica, se proyectó una ampliación significativa de la cobertura de exportaciones, estimando la llegada de productos paneleros colombianos a aproximadamente 30 países durante la vigencia 2026. Este resultado reflejó un avance importante en la consolidación de la presencia internacional del sector y en la diversificación geográfica de los mercados, logrando interacción con actores comerciales de América, Europa y Oceanía.

La participación en la Macrorrueda permitió la generación de nuevas oportunidades comerciales que quedaron en etapa de negociación y seguimiento, así como el fortalecimiento de relaciones con compradores internacionales interesados en establecer vínculos comerciales a mediano y largo plazo. De igual manera, se logró visibilizar la diversidad territorial del sector panelero colombiano mediante la participación de empresas provenientes de distintos departamentos del país.

En este contexto, la gestión de la Dirección Comercial resultó clave para facilitar la conexión entre productores y compradores internacionales, contribuyendo al fortalecimiento de las capacidades comerciales del sector. En conclusión, la participación en este evento evidenció el alto potencial del sector panelero colombiano para competir en mercados internacionales, especialmente en un entorno global donde los productos naturales y sostenibles han adquirido mayor relevancia, consolidando así a la panela colombiana como un producto con amplias oportunidades de crecimiento en el comercio exterior.



- **Panela Fest**

El Panela Fest 2026 “La Dulzura de Colombia” fue el principal evento del sector panelero en el país, organizado por la Agencia de Desarrollo Rural (ADR) con el apoyo de Fedepanela - FFP y otras entidades territoriales. Se llevó a cabo los días 22 y 23 de abril en Pereira (Risaralda).

El evento reunió a más de 3.000 familias productoras, asociaciones campesinas, compradores y actores del sector, consolidándose como un espacio estratégico para:

- Fortalecer la comercialización de la panela
- Visibilizar la producción nacional
- Generar oportunidades de negocio

Componentes principales del evento

- Agroferia comercial: se presentó la diversidad de productos paneleros
- Rueda de negocios: se generaron conexiones directas entre productores y compradores
- Agenda académica: se abordaron temas de innovación, sostenibilidad y fortalecimiento del sector
- Actividades culturales: se promovió la tradición y cultura panelera

Además, contó con espacios como el Aula Viva, enfocados en el intercambio de conocimientos y experiencias entre los actores de la cadena productiva.

Rol de Fedepanela

Fedepanela participó como aliado estratégico, apoyando la construcción de la agenda y promoviendo:

- El consumo de panela
- El posicionamiento del producto como insignia nacional
- La generación de ingresos y oportunidades para productores rurales

Enfoque e impacto

El Panela Fest buscó impulsar el desarrollo económico del sector mediante:



- La promoción de compras públicas locales (mínimo 30% a pequeños productores)
- El fortalecimiento de la economía campesina
- La conexión entre campo y ciudad
- El posicionamiento de la panela como un producto tradicional, nutritivo y sostenible



Mercados Campesinos

Los días 4 y 5 de junio de 2026, la Asociación de Productores Paneleros AGROSIQUIMA, representada por el señor Gabriel Rodríguez, en nombre del representante legal Julio César Martínez, participó en el Gran Mercado Campesino realizado en la Plaza de Bolívar de Bogotá, evento organizado por la Alcaldía Mayor de Bogotá.

La participación contó con el acompañamiento del área comercial de Fedepanela, desarrollando actividades de promoción, degustación y posicionamiento de productos derivados de la panela. Durante la jornada se logró la comercialización de panela pulverizada tradicional y saborizada, evidenciando una importante aceptación por parte de los consumidores y fortaleciendo el reconocimiento de marca.

De igual manera, la empresa Panela Don Pedro presentó innovaciones como cerveza artesanal y aperitivos elaborados a base de panela, generando interés entre los asistentes y permitiendo establecer contactos comerciales con potenciales compradores.

La participación en este escenario comercial contribuyó al fortalecimiento de la visibilidad del sector panelero, la promoción de productos con valor agregado y la generación de nuevas oportunidades de mercado para las organizaciones participantes, se realizó la organización logística por líneas de producciones, ubicando a las 2 asociaciones de Fedepanela, apoyadas por el área comercial en procesos de agroindustria.



Rueda de negocios.

Alternando este mercado se desarrolló la **Rueda de Negocios del sector**, en el **Salón Aula Barule de la Alcaldía Mayor de Bogotá**, como un espacio estratégico para promover la articulación comercial entre organizaciones productoras y potenciales compradores institucionales y del sector privado.

Durante la jornada participaron diversas asociaciones paneleras con el acompañamiento del área comercial de Fedepanela, obteniendo importantes resultados comerciales:

- **Panela San Isidro**, representada por el señor **John Ramírez**, exhibió su portafolio de **panela pulverizada y presentaciones tipo sachet**, logrando un **preacuerdo comercial con la empresa Logística Tráves Ingenieros** para avanzar en futuras negociaciones.
- **ASOPROPANOC**, representada por el señor **Vicente García**, presentó su línea de **mieles saborizadas**, estableciendo acercamientos comerciales con compradores del sector gastronómico para el abastecimiento de la línea de restaurantes.
- La **Asociación AGROSIQUIMA** concretó **dos preacuerdos comerciales de alto impacto**: el primero con **Mercacao**, para el suministro de **2 toneladas de panela en presentación de 480 gramos en pastilla**; y el segundo con **Compensar Bogotá**, orientado a la comercialización de **panela pulverizada**. Como resultado de este último acercamiento, quedó programada una reunión de seguimiento durante la semana comprendida entre el **20 y el 23 de junio de 2026**, con el fin de avanzar en la formalización de la negociación.

La rueda de negocios evidenció el potencial comercial del sector panelero y permitió generar oportunidades concretas de mercado, fortalecer las relaciones con compradores estratégicos y posicionar productos innovadores y con valor agregado en nuevos canales de comercialización.



(EXPOLICORES)

El pasado 5 de junio de 2026, el Área Comercial de la Federación Nacional de Productores de Panela – Fedepanela FFP, brindó acompañamiento y apoyo institucional durante el desarrollo de Expolicores 2026, evento realizado en el Centro de Eventos Vive Claro de Bogotá, considerado uno de los principales escenarios de promoción y posicionamiento para la industria de bebidas y destilados en Colombia.

Durante la jornada, Fedepanela promovió la iniciativa “La panela también evoluciona”, destacando el potencial de este producto emblemático del campo colombiano como materia prima para la elaboración de licores artesanales con valor agregado, identidad territorial e innovación.

En los stands 90 y 91 se dieron a conocer diferentes marcas provenientes de los departamentos de Cundinamarca y Boyacá, las cuales vienen transformando la tradición panelera en experiencias únicas de consumo, resaltando la calidad, historia y autenticidad de los productos elaborados a partir de panela. Entre las marcas participantes se destacaron Ron Amuleto, Aguardiente Desquite, Aguardiente Arrebol, Aguardiente El Alzador, Ron Suerte 19, La Siberia y Velvet Chocolatería.

El espacio permitió el desarrollo de degustaciones, experiencias interactivas y actividades de promoción comercial dirigidas a empresarios, distribuidores, comercializadores y público en general, quienes tuvieron la oportunidad de conocer nuevas aplicaciones de la panela en la industria de bebidas premium y la coctelería de autor.

La participación de Fedepanela en este evento contribuyó a visibilizar las oportunidades de diversificación e innovación del sector panelero colombiano, fortaleciendo el posicionamiento de la panela como un producto con alto potencial para la generación de valor agregado, el acceso a nuevos mercados y la creación de alternativas de negocio que benefician a miles de familias productoras del país.

De esta manera, el Área Comercial reafirma su compromiso con la promoción de iniciativas que impulsen la competitividad, la innovación y el desarrollo comercial del sector panelero colombiano, apoyando espacios que permitan conectar a los productores con nuevas tendencias y oportunidades de mercado.



7. Eventos de difusión en temáticas de interés comercial.

Participación en Evento Retail del Futuro 2026

En el marco del fortalecimiento de capacidades comerciales y estratégicas, se participó en el evento Retail del Futuro 2026, desarrollado en el Centro de Convenciones Valle del Pacífico en la ciudad de Cali, durante los días 21, 22 y 23 de abril. Este espacio reunió actores relevantes del sector retail a nivel nacional e internacional, consolidándose como un escenario de actualización frente a tendencias, herramientas y modelos de negocio orientados a un entorno cada vez más digital, competitivo y centrado en el cliente.



Durante el desarrollo de la agenda académica se abordaron temáticas relacionadas con la evolución del consumidor, destacándose su transición hacia un perfil más informado, digital y exigente, lo cual implica para las organizaciones la necesidad de adaptar sus estrategias comerciales hacia esquemas más personalizados y orientados a la experiencia. En este contexto, se resaltó la importancia de la empatía como eje central en la relación con el cliente,



así como la incorporación de prácticas sostenibles, incluyendo el uso de empaques ecológicos y modelos de negocio responsables.

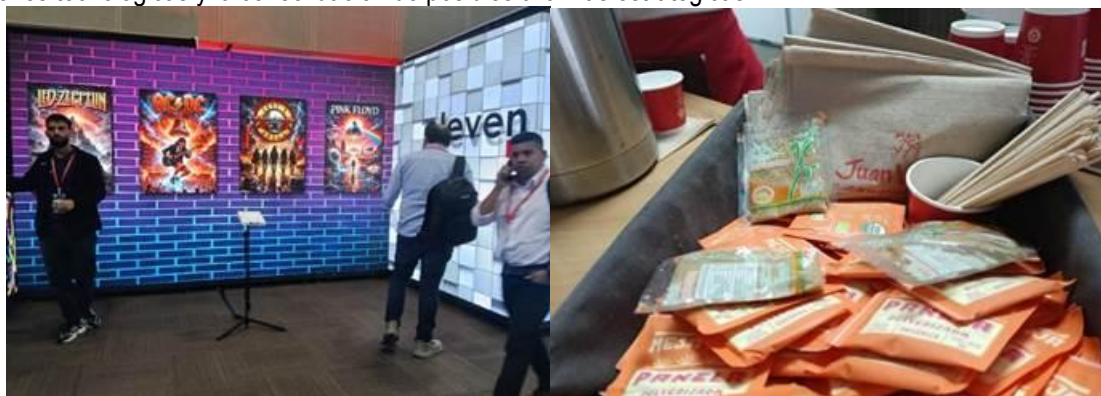
Asimismo, se analizaron los factores emocionales que inciden en la toma de decisiones de compra, evidenciando que variables como la confianza, la cercanía y el propósito de marca son determinantes en el comportamiento del consumidor. En este sentido, se concluye que las estrategias comerciales deben trascender los atributos funcionales del producto, integrando elementos que generen conexión y valor percibido en el cliente.

De igual manera, se profundizó en la transformación digital del sector, destacando el papel de la inteligencia artificial y la analítica de datos en la optimización de procesos comerciales, la automatización de la atención al cliente y la integración de canales de venta. Se evidenció que el uso estratégico de la información permite mejorar la toma de decisiones, optimizar inventarios y fortalecer la experiencia del cliente a través de modelos omnicanal.

En cuanto a habilidades comerciales, se reforzaron competencias relacionadas con la comunicación efectiva, el uso del storytelling y la estructuración de mensajes de alto impacto, entendiendo que en el entorno actual la venta se fundamenta en la capacidad de conectar con el cliente y transmitir valor de manera clara y diferenciada.

Adicionalmente, se abordó el rol del talento humano en la era digital, destacando que la tecnología actúa como un habilitador que potencia las capacidades del individuo. En este contexto, se resaltó la importancia de fortalecer habilidades blandas como la adaptabilidad, el pensamiento crítico y la inteligencia emocional, las cuales se convierten en factores clave para la competitividad organizacional.

Finalmente, el evento permitió generar espacios de relacionamiento con diferentes empresas del ecosistema, facilitando la identificación de oportunidades para el fortalecimiento de procesos comerciales, la implementación de soluciones tecnológicas y la consolidación de posibles alianzas estratégicas.



- **Bandas Marciales – Chia Cundinamarca**

En el marco del IV Festival Internacional de Bandas Marciales “Ciudad de la Luna”, realizado en el municipio de Chía, Cundinamarca, durante los días 6, 7 y 8 de junio de 2026, el Área Comercial de la Federación Nacional de Productores de Panela – Fedepanela FFP participó en una agenda de promoción y fortalecimiento comercial orientada a visibilizar la oferta de productos derivados de la panela y generar oportunidades de relacionamiento con actores estratégicos del mercado.



Durante el desarrollo del evento se brindó acompañamiento a la Asociación Agrosiquima y a la marca Aguardiente Placeres, facilitando espacios para la promoción de sus productos y el posicionamiento de iniciativas que incorporan valor agregado a la producción panelera colombiana.

Asimismo, se desarrolló una presentación del portafolio de productos del sector panelero dirigida al canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías), con el propósito de dar a conocer las diferentes alternativas comerciales y aplicaciones de la panela y sus derivados, destacando su calidad, versatilidad, origen y potencial de innovación para la industria gastronómica y de bebidas.

La participación en este importante escenario permitió fortalecer el relacionamiento institucional y comercial con potenciales compradores, distribuidores, empresarios y representantes del sector gastronómico, promoviendo el reconocimiento de la panela colombiana y de los productos transformados derivados de esta materia prima.

Igualmente, el evento constituyó una oportunidad para visibilizar el trabajo desarrollado por las organizaciones paneleras, fomentar el consumo de productos con identidad territorial y contribuir a la generación de nuevas oportunidades de negocio para los productores vinculados al sector.

Como resultado de esta participación, se logró fortalecer la promoción comercial de los productos presentados, ampliar la red de contactos estratégicos y posicionar la oferta panelera en espacios de alto impacto cultural, turístico y empresarial, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos de fortalecimiento comercial y apertura de mercados impulsados por Fedepanela.



8. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Durante el segundo trimestre de 2026, el Área Comercial del Fondo de Fomento Panelero consolidó avances significativos en el fortalecimiento de las capacidades comerciales y exportadoras del sector panelero colombiano, evidenciando un progreso sostenido en los procesos de alistamiento para la internacionalización. A través de las asesorías técnicas, los espacios de formación y el acompañamiento especializado, se logró incrementar el nivel de conocimiento de las organizaciones frente a los requisitos normativos, logísticos y estratégicos necesarios para acceder a mercados internacionales, así como una mayor apropiación de herramientas clave para la estructuración de ofertas exportables competitivas.

Se destaca de manera especial la participación del sector panelero en la feria internacional *FITHEP – Alimentaria Argentina*, la cual representó un escenario estratégico de alto valor para la promoción de la panela colombiana en el mercado internacional. Este espacio permitió visibilizar la calidad, diversidad y potencial de los productos paneleros



con valor agregado, así como establecer contactos comerciales relevantes, identificar tendencias de consumo y fortalecer el posicionamiento del sector en un mercado exigente y con oportunidades de crecimiento. La participación en este tipo de eventos consolida la presencia internacional de la panela y reafirma su potencial como producto competitivo en diferentes nichos de mercado.

Así mismo, las acciones desarrolladas permitieron evidenciar un interés creciente por parte de las organizaciones en avanzar hacia procesos de exportación directa; sin embargo, también se identifican retos estructurales importantes relacionados con la formalización empresarial, el cumplimiento de requisitos sanitarios, la estandarización de procesos productivos, la definición de costos y la reducción de la dependencia de intermediarios. Estas brechas continúan representando limitantes para el aprovechamiento pleno de las oportunidades comerciales identificadas.

En este contexto, los resultados del trimestre reflejan un trabajo articulado y estratégico que no solo ha contribuido al fortalecimiento de las capacidades técnicas y comerciales del sector, sino que también ha generado condiciones favorables para su posicionamiento en mercados nacionales e internacionales. El enfoque integral adoptado permite avanzar hacia un modelo de comercialización más competitivo, sostenible y alineado con las dinámicas actuales del comercio global.

Recomendaciones

Se recomienda continuar fortaleciendo los procesos de formalización empresarial en el sector panelero, promoviendo el cumplimiento de los requisitos exigidos por entidades como la DIAN, INVIMA y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, como base para el desarrollo de operaciones de exportación sostenibles.

Igualmente, es fundamental profundizar en la formación técnica de los productores y asociaciones en temas clave como estructuración de costos, definición de precios internacionales, uso de INCOTERMS, análisis de mercados y cumplimiento de estándares de calidad e inocuidad. Esto permitirá mejorar la competitividad del sector y facilitar su inserción en cadenas de valor globales.

Se sugiere fortalecer las estrategias de acceso a mercados mediante la identificación de clientes potenciales, la participación en ferias y ruedas de negocio, y el desarrollo de marcas propias que permitan diferenciar el producto panelero colombiano en el exterior. De igual manera, se recomienda impulsar la innovación y el desarrollo de productos con valor agregado, alineados con las tendencias de consumo internacional.

Finalmente, es indispensable reforzar los mecanismos de control y vigilancia frente a prácticas ilegales que afectan la calidad del producto y la reputación del sector, así como promover una cultura de legalidad, calidad y sostenibilidad que garantice la confianza de los consumidores y la permanencia en los mercados internacionales.

De manera complementaria, se recomienda continuar fortaleciendo la participación del sector panelero en escenarios internacionales como ferias, ruedas de negocio y misiones comerciales, los cuales han demostrado ser plataformas efectivas para la promoción de la panela colombiana, la generación de contactos estratégicos y la identificación de nuevas oportunidades de mercado. La presencia en este tipo de espacios no solo contribuye al posicionamiento del producto a nivel global, sino que también permite a las organizaciones conocer de primera mano las tendencias del mercado, las exigencias de los compradores internacionales y las dinámicas de comercialización, facilitando así procesos de internacionalización más sólidos, sostenibles y competitivos.



6. PROGRAMA DE PROMOCIÓN AL CONSUMO SEGUNDO TRIMESTRE 2026

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

Objetivos Secundarios:

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

Indicadores de Gestión Segundo Trimestre Año 2026

Actividad/Indicador	META AÑO 2026	LOGRO 2° TRIMESTRE	% ACUMULADO
Participar en ferias y eventos para la promoción del consumo de panela	10	3	50%
Activaciones de productos y/o actividades BLT	18	5	50%
Divulgación y publicidad en medios masivos y redes	3.400	825	47,79%
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”	16	4	50%
Producción y emisión del programa “Con Sabor a Panela”	8	2	50%
Elaboración de diseños gráficos de promoción al consumo	50%	15%	25%



Herramientas para la promoción	según requerimiento	según requerimi ento	según requerimiento
--------------------------------	------------------------	----------------------------	------------------------

INDICADORES DE GESTIÓN SEGUNDO TRIMESTRE 2026

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

Indicador: Participar en 3 eventos

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

Resultado

1. Panela Fest (Pereira, Risaralda)

El Fondo de Fomento Panelero participó en Panela Fest 2026 – La Dulzura de Colombia, realizado los días 22 y 23 de abril en la ciudad de Pereira, Risaralda, un escenario concebido para promover el consumo de panela, fortalecer la comercialización de productos paneleros y visibilizar el trabajo de productores, asociaciones y emprendimientos de diferentes regiones del país.

La feria reunió una amplia muestra de productos derivados de la panela, experiencias gastronómicas, espacios académicos y actividades comerciales orientadas a fortalecer la competitividad del sector. Durante el evento, Fedepanela desarrolló acciones de promoción al consumo mediante degustaciones, exhibiciones de productos innovadores y orientación técnica a productores y emprendedores interesados en fortalecer sus procesos productivos y comerciales.

Adicionalmente, la entidad participó en espacios académicos relacionados con calidad, inocuidad, comercialización, exportación, normatividad sanitaria y fortalecimiento empresarial, brindando herramientas para promover la sostenibilidad y el crecimiento de las organizaciones paneleras. La actividad permitió consolidar un espacio de encuentro entre productores, entidades públicas, aliados estratégicos y consumidores, fortaleciendo la visibilidad de la panela colombiana como un producto con potencial de innovación y valor agregado.

Impacto

El evento permitió beneficiar directamente a más de 50 productores, asociaciones y emprendimientos paneleros provenientes de diferentes regiones del país, quienes encontraron un espacio para promocionar sus productos, establecer contactos comerciales y fortalecer su visibilidad ante consumidores y entidades aliadas.

Asimismo, la feria congregó a más de 3.000 visitantes, fortaleciendo la promoción del consumo de panela y generando oportunidades para la comercialización de productos tradicionales y derivados innovadores. Los espacios académicos y de orientación técnica contribuyeron al fortalecimiento empresarial de productores y organizaciones paneleras.



mediante la difusión de herramientas relacionadas con calidad, comercialización, registros sanitarios y oportunidades de acceso a nuevos mercados.



2. Expolicores 2026:

Del 4 al 6 de junio de 2026, el Fondo de Fomento Panelero participó en Expolicores 2026, uno de los eventos más importantes de la industria de bebidas y destilados en Colombia, realizado en el Centro de Eventos Vive Claro de Bogotá. La participación hizo parte de la estrategia de promoción de nuevos usos de la panela y de fortalecimiento de iniciativas de transformación productiva con valor agregado.

A través de un stand institucional, Fedepanela presentó diferentes experiencias asociadas a los licores artesanales elaborados a partir de panela y sus derivados, destacando el potencial de este producto como materia prima para el desarrollo de aguardientes premium, rones artesanales, destilados de origen y propuestas innovadoras de coctelería. La feria permitió mostrar nuevas alternativas de diversificación para el sector panelero, promoviendo el emprendimiento rural y la innovación agroindustrial.

Como complemento a la muestra comercial, se desarrollaron experiencias de degustación, demostraciones de coctelería en vivo y espacios académicos orientados a divulgar tendencias de mercado, oportunidades de negocio y experiencias exitosas relacionadas con la producción de bebidas derivadas de la panela. La participación permitió evidenciar cómo la innovación y el valor agregado generan nuevas oportunidades para los productores paneleros colombianos y fortalecen la competitividad del sector en mercados especializados.

Impacto

La participación permitió visibilizar el trabajo de cinco marcas y emprendimientos especializados en destilados de origen panelero, fortaleciendo su posicionamiento ante distribuidores, empresarios, comercializadores y consumidores especializados.

Durante los tres días de feria se generaron espacios de promoción, degustación y relacionamiento comercial que permitieron acercar la panela a nuevos segmentos de mercado y demostrar su potencial dentro de la industria de bebidas premium. Asimismo, se fortaleció la percepción de la panela como un producto con capacidad de generar valor agregado, beneficiando indirectamente a productores y asociaciones paneleras vinculadas a las cadenas de suministro de estos emprendimientos.



3. ALIMENTEC:

El Fondo de Fomento Panelero participó en Alimentec 2026, realizada del 9 al 12 de junio en Corferias, Bogotá, considerada una de las principales plataformas de negocios para la industria de alimentos, bebidas y el sector HORECA de América Latina. La participación se desarrolló en alianza con ADEPAN dentro del espacio especializado Bake & Arts, escenario dedicado a la innovación y tendencias en panadería, repostería y pastelería.

La presencia institucional tuvo como propósito posicionar la panela como un ingrediente natural, versátil y de alto valor agregado para la elaboración de productos panificados, de repostería y gastronomía especializada. A través de demostraciones gastronómicas en vivo, experiencias sensoriales y exhibición de productos, se promovieron las múltiples aplicaciones de la panela dentro de la industria alimentaria moderna.

Asimismo, el evento permitió visibilizar el trabajo de marcas productoras y transformadoras de panela, generando espacios de relacionamiento con empresarios, compradores, distribuidores, chefs, panificadores y representantes del sector alimentario. Complementariamente, se desarrollaron actividades académicas enfocadas en innovación, tendencias de consumo y estrategias de comunicación digital para el sector panelero, fortaleciendo el posicionamiento de la panela como un producto con potencial de crecimiento en mercados nacionales e internacionales.



Impacto

La feria permitió visibilizar la oferta comercial de 6 marcas productoras y transformadoras de panela, fortaleciendo su presencia ante compradores, distribuidores, panificadores, reposteros, empresarios y representantes del sector HORECA.



Las actividades desarrolladas contribuyeron a generar oportunidades de relacionamiento comercial para productores y asociaciones paneleras, promover nuevos usos de la panela en la industria alimentaria y fortalecer su posicionamiento como un ingrediente innovador con potencial de crecimiento en mercados especializados. Asimismo, se logró acercar la oferta panelera a actores estratégicos de la cadena de alimentos, ampliando las posibilidades de comercialización y diversificación productiva para el sector.

Componente: Activaciones de productos y/o actividades BTL

Indicador: Participar en 5 activaciones

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

Resultado

1. Boyacá Huele a Pan y Sabe a Panela:

Fecha: 21, 22 y 23 de mayo de 2026

Lugar: Departamento de Boyacá

Como parte de la estrategia nacional de promoción al consumo, el Fondo de Fomento Panelero desarrolló la activación "Boyacá Huele a Pan y Sabe a Panela", una iniciativa que articuló al sector panelero con panificadores, amasijeros y emprendedores gastronómicos del departamento. La actividad permitió destacar el papel de la panela como ingrediente tradicional de la panadería colombiana y como una alternativa natural para el desarrollo de nuevos productos de valor agregado.

Resultados

- Participación de productores paneleros y actores del sector panificador regional.
- Degustaciones y experiencias gastronómicas con productos elaborados con panela.
- Promoción de recetas tradicionales y aplicaciones innovadoras.
- Generación de contenidos para medios digitales y redes sociales.
- Fortalecimiento de la campaña nacional de promoción al consumo.
- Vinculación de dos marcas enfocadas en el sector panificador en Colombia en Boyacá

Impacto

La activación permitió visibilizar el trabajo de los productores paneleros boyacenses y fortalecer la relación entre la panela y uno de los sectores gastronómicos más representativos de la región. Asimismo, contribuyó a generar nuevas oportunidades de comercialización y posicionamiento para los productos derivados de la agroindustria panelera.

2. IX Festival de Amasijos y Dulces



Fecha: 13 y 14 de junio de 2026

Lugar: Departamento de Cundinamarca

Fedepanela participó en el IX Festival de Amasijos y Dulces, un escenario dedicado a la preservación y promoción de la tradición gastronómica colombiana. La presencia institucional permitió destacar la importancia de la panela como ingrediente fundamental en la elaboración de amasijos, dulces típicos y preparaciones tradicionales que forman parte del patrimonio alimentario nacional.

Resultados

- Promoción de productos tradicionales elaborados con panela.
- Interacción con consumidores, emprendedores y visitantes.
- Degustaciones y muestras gastronómicas.
- Generación de contenido para canales digitales institucionales.

Impacto

La actividad permitió fortalecer el reconocimiento de la panela como un producto estrechamente ligado a la identidad cultural y gastronómica del país, acercando a nuevos consumidores a sus múltiples usos y fortaleciendo el vínculo entre tradición, territorio y producción panelera.

3. Fiestas de San Juan y San Pedro

Fecha: Junio de 2026

Lugar: Isnos, Huila

En el marco de las tradicionales Fiestas de San Juan y San Pedro, Fedepanela desarrolló una activación de promoción al consumo orientada a aprovechar uno de los eventos culturales de mayor afluencia de visitantes en la región. La actividad permitió visibilizar la panela como un producto asociado a la identidad huilense y a las expresiones gastronómicas tradicionales del territorio.

Resultados

- Participación en actividades culturales y gastronómicas.
- Degustaciones y promoción de preparaciones elaboradas con panela.
- Interacción con consumidores locales y turistas.
- Divulgación de mensajes de promoción al consumo.

Impacto

La activación fortaleció el posicionamiento de la panela dentro de escenarios culturales de alta relevancia regional, promoviendo el reconocimiento del trabajo de los productores huilenses y generando espacios de acercamiento con nuevos públicos consumidores.

4. Lanzamiento de la Plaza de Ferias de San Gil



Fecha: 24 de junio de 2026

Lugar: San Gil, Santander

Fedepanela participó en el lanzamiento de la Plaza de Ferias de San Gil, un espacio concebido para fortalecer la actividad agropecuaria y agroindustrial de la región. La presencia institucional permitió promover la panela como uno de los productos más representativos del campo colombiano y fortalecer la relación con productores, asociaciones y entidades vinculadas al desarrollo rural.

Resultados

- Participación en actividades de relacionamiento institucional.
- Promoción de la panela colombiana ante productores y visitantes.
- Fortalecimiento de alianzas con actores del sector agropecuario.
- Difusión de programas y estrategias del Fondo de Fomento Panelero.

Impacto

La participación permitió posicionar la panela dentro de escenarios de desarrollo agroindustrial regional, fortaleciendo la visibilidad del sector panelero santandereano y generando oportunidades para futuras acciones de promoción y comercialización.

5. Antioquia Huele a Pan y Sabe a Panela

Como continuidad de la estrategia de articulación entre la panela y el sector panificador, Fedepanela desarrolló la activación "Antioquia Huele a Pan", una experiencia orientada a promover el uso de la panela en procesos de panadería, repostería e innovación gastronómica. La actividad reunió a panificadores, emprendedores y consumidores interesados en conocer nuevas aplicaciones de este producto tradicional.

Resultados

- Participación de actores del sector panificador y gastronómico.
- Degustaciones y experiencias de promoción al consumo.
- Divulgación de recetas y productos elaborados con panela.
- Producción de contenido para medios y redes sociales.

Impacto

La activación permitió acercar la panela a uno de los mercados de panificación más dinámicos del país, fortaleciendo oportunidades de consumo, innovación y comercialización para productores y asociaciones paneleras, al tiempo que promovió el reconocimiento de la panela como ingrediente de alto valor agregado dentro de la industria alimentaria.

Resultados generales del componente

Durante el segundo trimestre de 2026, el Fondo de Fomento Panelero desarrolló cinco activaciones BTL estratégicas en Boyacá, Huila, Santander y Antioquia, fortaleciendo la promoción al consumo de panela en escenarios gastronómicos, culturales, agropecuarios y comerciales de alto impacto regional.



Las actividades permitieron la vinculación directa de más de 120 productores paneleros, asociaciones, emprendimientos rurales, panificadores, amasijeros y aliados institucionales, generando espacios de intercambio comercial, promoción de productos y fortalecimiento de las economías locales. Asimismo, se logró impactar de manera presencial a más de 6.000 consumidores y visitantes, quienes participaron en degustaciones, experiencias gastronómicas, muestras comerciales y actividades de sensibilización sobre los beneficios y usos de la panela.

Como resultado de estas acciones, se fortaleció el posicionamiento de la panela como un ingrediente natural, versátil y con alto potencial de aplicación en sectores como la panadería, repostería, gastronomía tradicional, bebidas y turismo gastronómico. De igual manera, las activaciones generaron contenido para los canales digitales institucionales, ampliando el alcance de los mensajes de promoción al consumo y permitiendo visibilizar el trabajo de productores, asociaciones, mujeres paneleras y jóvenes rurales de diferentes regiones del país.

Cifras destacadas del segundo trimestre

- 5 activaciones BTL desarrolladas.
- 5 departamentos impactados: Boyacá, Huila, Santander, Antioquia y Cundinamarca
- Más de 120 actores del sector vinculados entre productores, asociaciones, panificadores, amasijeros y emprendedores.
- Más de 6.000 visitantes y consumidores impactados de manera presencial.
- Más de 500 degustaciones y experiencias gastronómicas realizadas durante las jornadas.
- Decenas de contenidos digitales generados para fortalecer la promoción al consumo y la visibilidad de la panela colombiana.
- 30 productores vinculados a las diferentes activaciones regionales

Componente: Divulgación y publicidad en medios masivos y redes

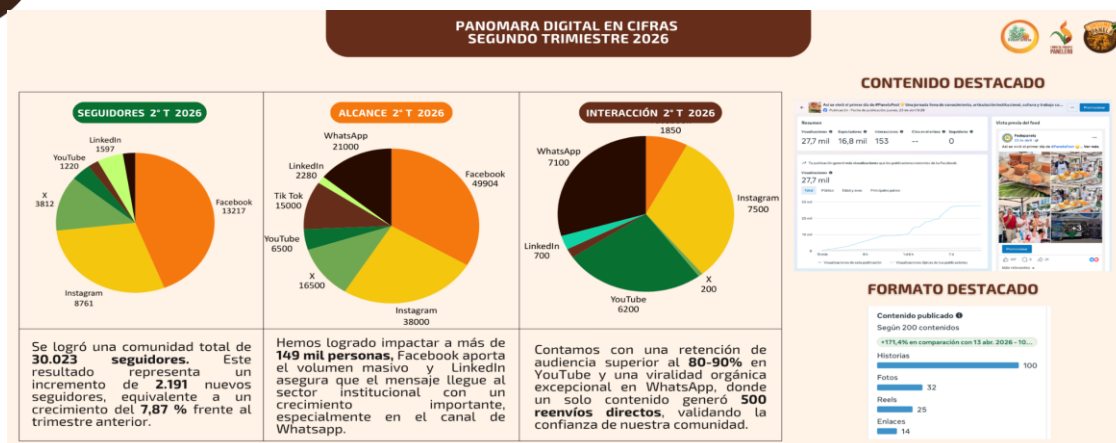
Indicadores:

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

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

Resultado

1. **Emisión y creación de 825 contenidos de actividades del fondo estrategia Informe Métricas Canales Digitales Fondo de Fomento Panelero**



Impacto del Ecosistema Digital – Segundo Trimestre 2026

Durante el segundo trimestre de 2026, el ecosistema digital del Fondo de Fomento Panelero registró un crecimiento significativo en sus indicadores de comunidad, alcance e interacción, consolidando las plataformas institucionales como una herramienta estratégica para la promoción de la panela colombiana, la divulgación de la gestión gremial y la visibilización de productores, asociaciones y emprendimientos del sector.

La comunidad digital alcanzó un total de 30.023 seguidores, lo que representa un crecimiento de **2.191 nuevos usuarios** frente al trimestre anterior, equivalente a un incremento del **7,87 %**. Este resultado refleja el fortalecimiento de la presencia institucional en los diferentes canales digitales y el interés creciente por los contenidos relacionados con el sector panelero.

Además del crecimiento de las comunidades, se registró un importante aumento en el alcance de las publicaciones. Facebook superó las 49.000 personas alcanzadas durante el trimestre, mientras que Instagram sobrepasó las 38.000 cuentas alcanzadas, consolidándose como los principales canales de difusión y posicionamiento. Estos resultados permitieron amplificar el mensaje institucional y acercar los contenidos del Fondo de Fomento Panelero a nuevas audiencias en todo el país.

En materia de interacción, los contenidos generaron una alta participación de los usuarios. Facebook registró más de **2.000 interacciones** y Instagram superó las **7.500 interacciones**, evidenciando una comunidad activa que no solo consume los contenidos, sino que también los comparte, comenta y recomienda, fortaleciendo el posicionamiento orgánico de la panela en entornos digitales.

Los contenidos con mejor desempeño durante el trimestre estuvieron relacionados con la realización de Panela Fest 2026 en Pereira, Risaralda, evento que logró altos niveles de alcance, participación y visibilidad para los productores paneleros participantes. Asimismo, la cobertura de actividades gremiales, eventos institucionales y programas digitales contribuyó significativamente al crecimiento de las métricas generales.

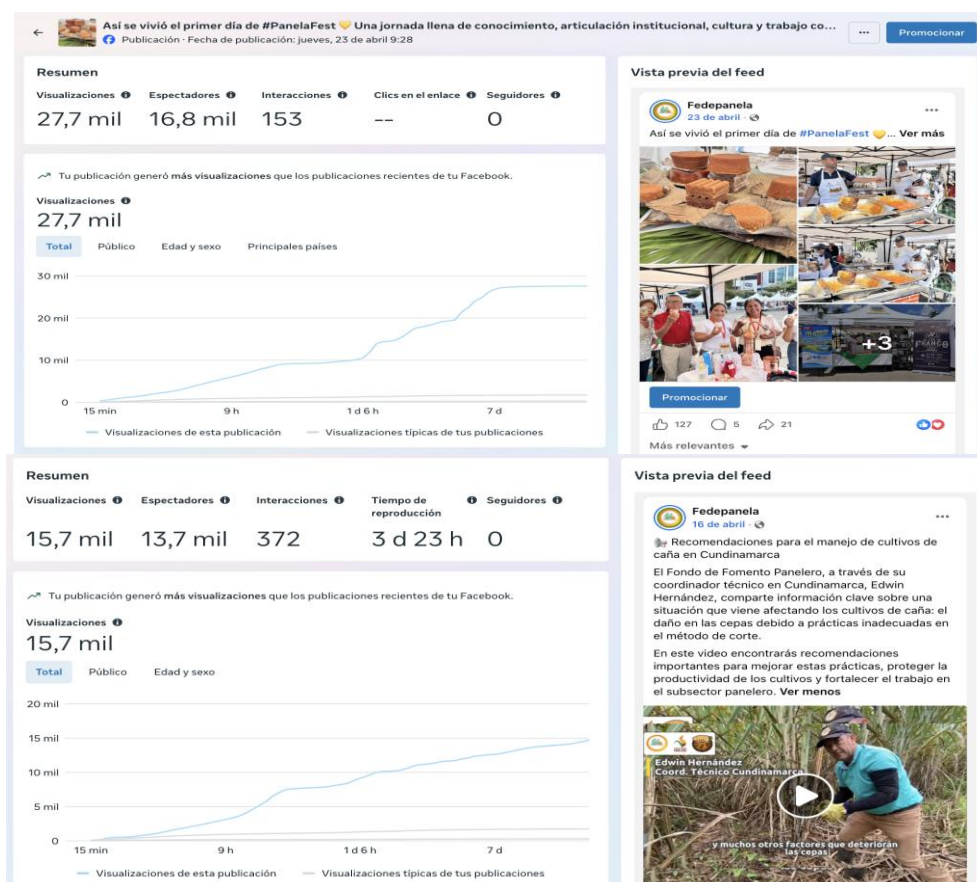
En cuanto a formatos, los videos y carruseles continuaron siendo las piezas de mayor rendimiento, gracias a su capacidad para generar interacción, tiempo de visualización y alcance orgánico. De igual forma, las noticias publicadas



en la página web institucional y difundidas a través de redes sociales se consolidaron como un mecanismo efectivo para dirigir tráfico hacia los canales propios del Fondo de Fomento Panelero y fortalecer la divulgación de la gestión institucional.

Estos resultados evidencian el fortalecimiento de la estrategia de comunicación digital del Fondo de Fomento Panelero, permitiendo impactar de manera directa a productores, asociaciones, comercializadores, consumidores y demás actores de la cadena panelera, así como ampliar el posicionamiento de la panela colombiana en escenarios digitales de alcance nacional.

Contenido destacado en redes sociales en el segundo trimestre de 2026



Los contenidos destacados del segundo trimestre de 2026 evidenciaron el interés de las audiencias por los formatos audiovisuales y las historias que reflejan el trabajo, la innovación y el impacto social del sector panelero colombiano. Las publicaciones asociadas a la cobertura de Panela Fest 2026 y las nuevas cápsulas técnicas lideradas por el equipo de asistencia técnica se posicionaron entre los contenidos con mejor desempeño del periodo, superando en



conjunto las **44.000 visualizaciones**, alcanzando a más de **32.000 espectadores** y generando más de **700 interacciones** en las diferentes plataformas digitales institucionales.

Estos resultados permitieron amplificar la **visibilidad de eventos, procesos de asistencia técnica y experiencias desarrolladas en territorio**, vinculando y dando protagonismo a productores, asociaciones, mujeres paneleras, jóvenes rurales, líderes gremiales y emprendedores de diferentes regiones del país. A través de estos contenidos se fortaleció la difusión de conocimientos técnicos, se promovieron casos de éxito y se destacó el aporte de las comunidades paneleras al desarrollo económico y social de sus territorios.

El desempeño de estas publicaciones ratifica la importancia de continuar fortaleciendo la estrategia de contenidos de valor, especialmente en formatos de video, fotografía y narrativas digitales que permitan acercar la gestión institucional a las comunidades paneleras y ampliar el alcance de los mensajes del Fondo de Fomento Panelero. Esta línea de trabajo seguirá siendo una herramienta fundamental para promover la transferencia de conocimiento, la participación del sector y el posicionamiento de la panela colombiana en entornos digitales.

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

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

Acciones: Durante el segundo trimestre de 2026 se realizó la producción, grabación y difusión de cinco capítulos en el departamento de Caldas, destacando experiencias de liderazgo, relevo generacional, innovación y participación de las mujeres en el sector panelero:

1. Tomémonos una agua de panela con... El Presidente departamental Caldas - Jorge Uriel Morales
2. Tomémonos una agua de panela con... Sebastián Gómez - Joven panelero - Panela Toño
3. Tomémonos una agua de panela con... La Coordinadora departamental Caldas - Diana Montenegro
4. Tomémonos una agua de panela con... El Profesor Conrado - Pensilvania, Caldas
5. Tomémonos una agua de panela con... La Señora Magola - Representante de las mujeres Paneleras de Caldas

Impacto: Los cinco capítulos producidos en el departamento de Caldas alcanzaron aproximadamente **36.500 reproducciones** acumuladas en Facebook y YouTube, generando más de **180 horas de visualización** y consolidando este formato como uno de los principales espacios de comunicación institucional del Fondo de Fomento Panelero.

El programa permitió fortalecer la apropiación de la gestión gremial, promover el relevo generacional y dar visibilidad a experiencias exitosas de producción y liderazgo panelero.



4 programas de “Panela Lovers” en Nariño:

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

Acciones: Durante el segundo trimestre se realizó la producción, grabación y edición de cuatro programas en el departamento de Caldas, destacando experiencias de innovación, turismo rural y diversificación productiva:

1. Licor Mulera a base de panela y café (Manzanares, Caldas)
2. Bienestar animal de los mulares en los trapiches (Caldas)
3. Hotel Villa del Sol - Turismo panelero y cafetero (Marquetalia, Caldas)
4. Restaurante típico “Donde Jeso” Gastronomía local con panela (Caldas)

Impacto: Los cuatro capítulos desarrollados en Caldas alcanzaron aproximadamente **48.000 reproducciones** acumuladas en Facebook e Instagram, con un alcance estimado superior a **45.000 usuarios** y altos niveles de interacción en formatos de video corto.

La estrategia permitió visibilizar experiencias relacionadas con turismo rural, gastronomía, bienestar animal y productos con valor agregado derivados de la panela, beneficiando indirectamente a cerca de **250 productores** paneleros y emprendimientos rurales vinculados a las cadenas de valor promovidas en los contenidos.

El programa contribuyó al posicionamiento de la panela en nuevos escenarios de consumo y al fortalecimiento de la imagen de los territorios paneleros como espacios de innovación, tradición y desarrollo rural.



2 programas de “Con Sabor a Panela”

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

Acciones: Durante el segundo trimestre se realizó la producción y difusión de dos capítulos de la recién lanzada serie Reto “Con Sabor a Panela” - primera temporada:

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

En estos espacios se exploraron diferentes aplicaciones gastronómicas de la panela, resaltando su potencial como ingrediente versátil dentro de preparaciones innovadoras y tradicionales.

Impacto: Durante el segundo trimestre de 2026 se produjo y difundió la tercera y cuarta entrega del programa digital “Con Sabor a Panela”, consolidando este formato como una estrategia de articulación intergremial orientada a promover la versatilidad de la panela dentro de la gastronomía y la agroindustria colombiana.

Los capítulos desarrollados junto a Asoleche y Fedepapa alcanzaron aproximadamente 5.800 visualizaciones acumuladas en YouTube, generando más de **120 horas de reproducción** y fortaleciendo el posicionamiento del canal institucional como espacio de divulgación técnica, gastronómica y promocional.

La participación de gremios estratégicos del sector agropecuario permitió ampliar el alcance de los mensajes institucionales hacia nuevas audiencias, promoviendo la panela como ingrediente complementario en diferentes cadenas productivas y fortaleciendo el trabajo colaborativo entre organizaciones representativas del agro colombiano.



El programa continúa consolidándose como una plataforma para posicionar la panela en escenarios gastronómicos, comerciales y de innovación, contribuyendo a la diversificación de sus usos y al fortalecimiento de su imagen como ingrediente de valor agregado dentro de la industria alimentaria nacional.



Gestión de Prensa y Posicionamiento Institucional (free press)

Oficina de Promoción al Consumo – FEDEPANELA Fondo de Fomento Panelero

Segundo Trimestre 2026

Publicaciones y apariciones obtenidas

Durante el periodo comprendido entre abril y junio de 2026 se registraron más de 15 publicaciones, entrevistas, reportajes, menciones y contenidos institucionales en medios nacionales, regionales, gremiales e institucionales, posicionando a FEDEPANELA como fuente oficial y referente del sector panelero colombiano.

Alcance estimado

La presencia en medios de comunicación de alcance nacional y regional permitió un impacto potencial superior a 3 millones de personas, considerando la audiencia acumulada de medios radiales, portales digitales, medios gremiales, plataformas institucionales y redes sociales.

Valor Publicitario Equivalente (AVE)

La exposición obtenida mediante gestión de prensa y relacionamiento estratégico con medios representa un valor publicitario equivalente estimado entre \$80 y \$120 millones de pesos, sin contemplar inversiones directas en pauta, evidenciando la efectividad de la estrategia de free press implementada por la Oficina de Promoción al Consumo.

Principales resultados de visibilidad

- Presencia en más de 15 medios nacionales, regionales, gremiales e institucionales.



- Posicionamiento de FEDEPANELA - FONDO DE FOMENTO PANELERO como principal vocero del sector panelero colombiano.
- Difusión permanente de los mensajes institucionales del Fondo de Fomento Panelero.
- Visibilidad de las acciones de promoción al consumo, sostenibilidad y defensa del sector.
- Amplificación de mensajes a través de medios tradicionales, digitales, redes sociales y plataformas institucionales.

Medios y plataformas con presencia de FEDEPANELA

- CONtexto Ganadero.
- Caracol Radio.
- Blu Radio.
- Agronegocios.
- El Colombiano.
- Colombia Check.
- La Patria.
- Olímpica Stereo.
- Positiva FM.
- Agencia de Desarrollo Rural (ADR).
- Senado de la República.
- Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC).
- Mi Putumayo.
- Redes sociales institucionales de FEDEPANELA.
- Medios regionales de Boyacá, Santander, Huila y Putumayo.
- Tv agro
- El tiempo
- Rcn tv
- Revista Impacta
- Revista HORECA - ADEPAN

Temas estratégicos posicionados

Defensa y sostenibilidad del sector panelero

- Crisis de precios de la panela.
- Impacto de la panela adulterada en el mercado.
- Contrabando y competencia desleal.
- Protección de más de 350.000 familias paneleras.
- Acuerdos entre productores y Gobierno Nacional.
- Convocatorias y movilizaciones del sector.

Promoción al consumo y fortalecimiento institucional

- Panela Fest 2026.
- Boyacá Huele a Pan.



- Promoción de la panela colombiana - Campaña “ Consume más panela”
- Fondo de Fomento Panelero.
- Estrategias de fortalecimiento productivo.
- Reconversión tecnológica del sector panelero.

Logros de la estrategia de comunicaciones

- Posicionamiento de FEDEPANELA en la agenda mediática nacional.
- Fortalecimiento de la reputación institucional del gremio.
- Generación de conversación pública sobre la situación del sector panelero.
- Visibilización de eventos de promoción al consumo en diferentes regiones del país.
- Apoyo a la difusión de iniciativas legislativas para la protección de los productores.
- Mayor reconocimiento de la panela colombiana como producto insignia nacional.
- Consolidación del Fondo de Fomento Panelero como impulsor de actividades de promoción, posicionamiento y fortalecimiento del consumo.

Conclusión

La estrategia de comunicaciones desarrollada por la Oficina de Promoción al Consumo permitió mantener una presencia constante de FEDEPANELA y del Fondo de Fomento Panelero en medios de comunicación nacionales, regionales e institucionales, fortaleciendo el posicionamiento del sector panelero colombiano, promoviendo el consumo de panela y consolidando el liderazgo gremial de la Federación en la defensa de los intereses de los productores del país.

 **Boyaca Radio**

Boyacá Huele a Pan comenzó con agenda académica, innovación y experiencias gastronómicas

RADIO · RADIO EN VIVO. boyacaradio.com. Previous Next · Boyacá, jueves 21 de mayo de 2026 · jueves 21 de mayo de 2026. Boyacá Huele a Pan comenzó con agenda...



 **ELTIEMPO.com**

Panela Fest 2026 en Pereira: la iniciativa reunirá a 3.000 familias rurales en un evento con espacios académicos y de emprendimiento

La ciudad de Pereira será el punto de encuentro de uno de los eventos más relevantes para el sector panelero en Colombia. El Panela Fest – Eje...



10 abr 2026



agronegocios

Panela Fest, el evento que busca impulsar el desarrollo rural y la economía de campesinos

Panela Fest, el evento que busca impulsar el desarrollo rural y la economía de campesinos ... El Fondo de Fomento Panelero, en articulación con la...

6 abr 2026



EL NUEVO SIGLO



Buscar

CULTURA Y SOCIEDAD

¿Dónde disfrutar de los mejores amasijos de Cundinamarca en junio?

Cajicá se prepara para recibir una nueva edición de uno de los eventos gastronómicos y culturales más importantes de la región



Para este año, el festival Busongote tendrá como ingrediente invitado a la panela, un producto profundamente ligado a la identidad colombiana.
Foto: Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Cajicá

En tendencia

1. 10 datos claves del Mundial de fútbol que arranca este jueves
2. Masacres continúan disparadas
3. En vilo aprobación del proyecto de nuevo régimen aduanero en el Congreso
4. Senado arranca discusión de Jurisdicción Agraria en plenaria
5. Lupa de calificadores a manejo fiscal y gasto del próximo gobierno
6. 40 años recorriendo el mundo con EL NUEVO SIGLO
7. Alertas en todo el país: tres masacres durante el mes de junio

Fedepanela exige al Gobierno medidas debido a la caída de precios en el sector

Fedepanela alerta sobre una crisis que amenaza a 350.000 familias y exige medidas urgentes contra la ilegalidad y las deudas



Natalia Albor Rojas - 01 de junio de 2026



Alfresco

Bogotá - Madrid

Medellín - Madrid

Bogotá - Lisboa

Bogotá - Barcelona



Agricultura

Fedepanela impulsará licores artesanales de panela en Expolicores 2026

Juan Pablo Sánchez M 04 de Junio 2026



Foto: Fedepanela y Agropesquis



Huila intenta frenar la falsificación de su panela



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



Durante el segundo trimestre de 2026 se fortaleció la estrategia de comunicación visual y promoción al consumo del Fondo de Fomento Panelero mediante el diseño, producción y adaptación de materiales gráficos orientados a apoyar las acciones institucionales, eventos, campañas digitales y actividades de promoción desarrolladas a nivel nacional y regional.

1. Diseño de piezas institucionales y corporativas

- Presentación institucional de logros 2025 y proyección estratégica 2026.
- Diseño de piezas corporativas para comunicaciones institucionales, invitaciones, reconocimientos y condolencias.
- Diseño de backing corporativo para la oficina central.
- Diseño de cuadros institucionales para espacios corporativos.
- Actualización y adaptación de material gráfico para uso institucional.

2. Diseño de campañas digitales y contenidos web

- Diseño de piezas gráficas para página web institucional.
- Elaboración de contenidos gráficos para noticias, programas digitales y campañas de promoción al consumo.
- Diseño de efemérides mensuales relacionadas con el sector agropecuario, alimentario y panelero.
- Adaptación de piezas para redes sociales y plataformas digitales.

3. Diseño para eventos, ferias y activaciones comerciales

- Diseño integral de material gráfico para Panela Fest 2026.
- Diseño de material para Expolicores 2026.
- Diseño de material para Alimentec 2026.
- Diseño de stand institucional para participación internacional en Argentina.
- Elaboración de propuestas gráficas para góndolas, exhibiciones y espacios promocionales del Fondo de Fomento Panelero.
- Diseño de material POP para eventos, activaciones de marca y experiencias de promoción al consumo.

4. Material promocional y de posicionamiento de marca

- Diseño y elaboración de portavasos institucionales.
- Diseño de piezas promocionales para campañas de consumo de panela.
- Producción de material visual para medios de comunicación y difusión institucional.
- Desarrollo de elementos gráficos para fortalecer la identidad visual del Fondo de Fomento Panelero en escenarios presenciales y digitales.





Cuñas radiales y digitales

Con el objetivo de fortalecer el posicionamiento de la panela y promover su consumo entre nuevas generaciones, se desarrolló una serie de piezas audiovisuales, acompañadas de cuñas sonoras dinámicas y cercanas. La estrategia buscó resaltar la versatilidad de la panela como un producto tradicional que hace parte del estilo de vida de los colombianos.

Los videos contaron con la participación de diferentes perfiles que representan diversos públicos y contextos de consumo, entre ellos amas de casa, bartenders, jóvenes, deportistas y emprendedores. Las piezas muestran cómo la panela está presente en distintos momentos del día, y exaltando la panela como fuente de energía, autenticidad y bienestar.

Las cuñas fueron diseñadas con un lenguaje fresco y atractivo, permitiendo acercar la panela a nuevas audiencias y reforzar el mensaje de que es un producto versátil, natural y representativo de la identidad colombiana.

Perfiles y momentos de consumo:

Bartender

Se realizó la producción de una cuña sonora protagonizada por un bartender, enfocada en destacar la versatilidad de la panela en la preparación de bebidas y cocteles. La pieza buscó mostrar cómo este producto tradicional colombiano puede integrarse en propuestas innovadoras, conectando con nuevas tendencias de consumo y resaltando su valor como ingrediente natural.



Ama de casa

Se produjo una cuña sonora dirigida al perfil de ama de casa, resaltando la presencia de la panela en la cotidianidad de los hogares colombianos. A través de un mensaje cercano y familiar, la pieza destacó sus usos tradicionales, su aporte a diferentes preparaciones y el vínculo cultural que representa para las familias.

Deportista

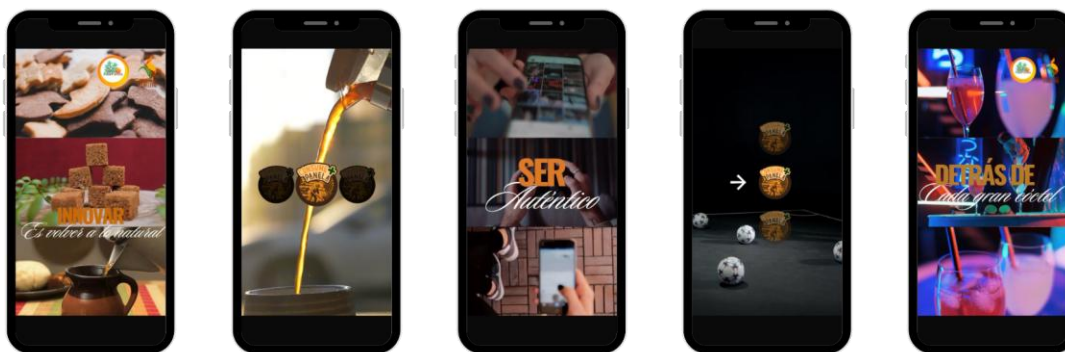
Para el perfil deportista, se desarrolló una cuña sonora que resaltó la panela como una alternativa natural dentro de un estilo de vida activo. El mensaje se centró en la energía y vitalidad que representa este producto, conectando con personas que practican actividad física y buscan opciones tradicionales dentro de su alimentación.

Jóvenes

La cuña sonora dirigida a los jóvenes buscó acercar la panela a nuevas generaciones mediante un lenguaje fresco y dinámico. La pieza destacó su versatilidad, su identidad colombiana y las diferentes formas en las que puede hacer parte de la vida cotidiana, promoviendo una conexión más cercana con este producto tradicional.

Emprendedor

Se produjo una cuña sonora dirigida a emprendedores, con el propósito de promover la panela como un insumo versátil y de alta calidad para la creación de productos y el desarrollo de nuevos negocios. La pieza destacó las oportunidades que ofrece este producto colombiano para la elaboración de alimentos, bebidas y otras propuestas comerciales con valor agregado. A través de un mensaje inspirador, se buscó incentivar a los emprendedores a incorporar la panela en sus procesos productivos, resaltando su potencial para innovar, diferenciar sus marcas y fortalecer el consumo de productos de origen nacional.



Impacto del componente: Las acciones desarrolladas permitieron fortalecer la imagen institucional del Fondo de Fomento Panelero, apoyar la ejecución de eventos nacionales e internacionales, mejorar la visibilidad de las campañas



de promoción al consumo y garantizar la disponibilidad de materiales gráficos para productores, asociaciones, consumidores y aliados estratégicos. Asimismo, contribuyeron al posicionamiento de la panela colombiana en escenarios comerciales, académicos y de promoción, asegurando una comunicación visual coherente y alineada con los objetivos institucionales del Fondo.

Cordialmente,

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

IAR.