

# FICHA TECNICA PARA PRESENTACION DE PROYECTOS

## FONDO NACIONAL DE LA PANELA

Fecha de elaboracion: 23/11/2021

Version: 1



### I. INFORMACION GENERAL DEL EJECUTOR / RESPONSABLE DEL PROYECTO

Entidad Ejecutora: <b>FEDEPANELA</b>	Representante Legal: <b>CARLOS F. MAYORGA MORALES</b>	Responsable del Proyecto <b>CARLOS JAVIER GUERRERO USEDA</b>
Dirección Ejecutor: Cra 49B N 91- 48 La Castellana		
Teléfono(s):	Indicativo	Número: 6222066 Fax: 6222066
Nit: 800059441 - 1		

### II. INFORMACION GENERAL DEL PROYECTO

Cobertura Geográfica del proyecto:	Nacional <input checked="" type="checkbox"/>	Regional <input type="checkbox"/>
Departamental <input type="checkbox"/>	Municipal <input type="checkbox"/>	Veredal <input type="checkbox"/>
<b>Especifique área geográfica:</b> Nariño, Tolima, Huila, Cauca, Valle del Cauca, Risaralda, Caldas, Antioquia, Boyacá, Cundinamarca, Santander, Norte de Santander, Caqueta, Quindio.		
Programa:	<b>COMERCIAL</b>	
Título del Proyecto:	Desarrollo y Consolidación de mercados de valor agregado a través de una estrategia de encadenamientos productivos, mercados institucionales y circuitos cortos de comercialización	
Vigencia del presupuesto:	<b>Año 2022</b>	
Duración del proyecto (en meses):	<b>12 MESES</b>	Fecha de inicio: 01/01/2022 Fecha final: 31/12/2022
Entidades Cooperantes o Cofinanciadoras: <b>Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural .</b>		
Valor Total del Proyecto:	Aportes de otros cofinanciadores:	Solicitud al Fondo de Fomento Panelero
<b>\$309.473.000</b>		<b>\$309.473.000</b>

### III. DESCRIPCION DEL PROYECTO

#### RESUMEN DEL PROYECTO

Dentro de las actividades del programa comercial y técnico se ha venido apoyando procesos de desarrollo de mercados a través de la identificación de oportunidades e identificación de los requisitos de clientes formales, que han servido de base para perfilar proveedores que generen oferta de panela para atender mercados especializados, adelantando actividades de acompañamiento técnico, comercial y empresarial con los cultivadores de caña y productores de panela. De tal forma que se desarrollen capacidades en los productores para el abastecimiento competitivo de estos mercados.

Buscando dar sostenibilidad a estos mercados desde el programa comercial se ha diseñado y gestionado un modelo de trabajo a través de encadenamientos productivos como instrumento de gestión integrada entre comercializadores y productores de panela. Los modelos piloto que se han venido implementando han mostrado aceptación entre los agentes de la cadena y avance en procesos comerciales innovadores.

Adicionalmente a través de la participación en eventos de promoción comercial y divulgación nacional e internacional se ha podido visualizar la creciente demanda y aceptación que ha tenido la panela colombiana a nivel internacional, el crecimiento de las exportaciones en los últimos años y el ingreso hacia nuevos países constatan lo anterior. A pesar de la disminución de las exportaciones en el año 2021, generada por la crisis de las cadenas de suministro a nivel mundial que genera, escasez en contenedores, aumento de costos y tiempos logísticos, sigue el interés a nivel internacional por la panela colombiana. Dentro de esta línea de mercados especializados durante el año 2021 se logró un importante crecimiento del consumo de la panela en la industria de alimentos.

Adicionalmente con la promulgación de la Ley 2019 "Ley de incentivo a la comercialización y desarrollo de la panela", así como la Ley 2046 de 2020 "Ley de incentivo a las compras públicas locales de alimentos por la cual se establecen mecanismos para promover la participación de pequeños productores locales agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los mercados de compras públicas de alimentos", se abren nuevas oportunidades para los productores regionales, que exigen su perfilamiento comercial y preparación para acceder a ellas. Con los cambios generados por la pandemia, la importancia de los alimentos con beneficios a la salud y de producción local cobran gran importancia donde se ve potencial de desarrollar mercados locales con posicionamiento a través de circuitos cortos de comercialización.

Con el desarrollo del programa comercial del Fondo de Fomento se busca desarrollar un marketing de cadena (Que permita consolidar la base de información, de estudios propiedades y valores diferenciales de la panela) e integrar productores, procesadores y aliados comerciales para atender demanda de nuevos clientes, desarrollar mercados de valor agregado y generar capacidades para dar sostenibilidad a la cadena productiva de la panela.

La experiencia en el desarrollo de los procesos de gestión comercial y de mercados especializados han puesto en evidencia la necesidad de generar capacidades para la planeación y gestión de la cadena de suministro. Entendida como la oportunidad de cumplir a clientes en tiempos, calidad y costos. Donde aspectos de

planificar la demanda, gestionar el suministro, definir costos logísticos, indicadores de desempeño y brechas de gestión del suministro. Estos aspectos se contemplan durante el desarrollo de la gestión de la ficha del programa comercial durante el año 2022. Estos aspectos que hacen parte de las capacidades del desarrollo comercial y donde el Fondo de Fomento Panelero no había adelantado gestión se trabajarán para buscar la generación de capacidades.

Dentro de este contexto se desarrollarán acciones en:

- i.) Acompañamiento a organizaciones de productores para cerrar brechas en aspectos documentales y requisitos reglamentos sanitarios, legales, técnicos de planeación y comerciales que les permitan el ingreso a mercados formales. Generando información para el apoyo de diferentes áreas del Fondo de Fomento
- ii) Apoyar agro empresas para definir e implementar modelos de negocio ajustados a sus capacidades, generando capacidades para el desarrollo comercial y mejores prácticas empresariales
- iii). Fortalecimiento de los encadenamientos productivos (productores asociados - comercializadores) para tener procesos comerciales sostenibles a través de estrategias gana-gana.
- iv). Generar capacidades para el desarrollo de la cadena de suministro en mercados especializados, planificando costos logísticos y cierres de brechas.
- v). Desarrollo de capacidades para gestionar la cadena de suministro en el canal E-commerce.
- vi). Encadenamientos productivos evalúan su cadena de suministro, definen indicadores de desempeño (KPI), gestionan las brechas (GAP)
- vii) Generar informes de inteligencia de mercados internacional con el fin de crear estrategias de intervención del mercado .
- viii) Apoyar la promoción de encadenamientos y pánela con atributos en el marco de la sostenibilidad
- ix) Brindar capacitación en formalización y cumplimiento de requisitos del mercado a agroempresas paneleras.

#### ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION

Entre los años 2016 y 2021 se han logrado generar capacidades organizacionales, modelos de negocio y técnicas para atender mercados con potencial de crecimiento para disminuir oferta de pánela en plazas mayoristas que afectan los precios pagados a los productores y con ello la sostenibilidad de la cadena. La tendencia de los consumidores por productos naturales, ha creado la necesidad de buscar nuevas alternativas de endulzantes saludables, lo que pone a la pánela como producto ideal para estos consumidores.

Desde 2016 se ha venido acompañando el modelo de encadenamientos productivos como estrategia para generar una respuesta efectiva en los productores que al integrarse verticalmente fortalecen capacidades para generar oferta estable de pánela con la calidad adecuada y que cumpla los requisitos y/o exigencias de los clientes. Este modelo ya empieza a ser una característica del desarrollo comercial del Fondo de Fomento Panelero y requiere su estructuración adecuada y consolidación de los modelos que hoy son piloto. Se ha identificado como uno de los planes de mejora para los encadenamientos productivos, la planeación de la cadena de suministro, la identificación de costos logísticos para el fortalecimiento del desarrollo comercial, dentro de la planeación y gestión estratégica de los negocios y las organizaciones.

El incremento en nuevos mercados especialmente exportaciones a un nivel superior al 30% en el año 2020 y potencial en industria alimentos requieren consolidación, así como al desarrollo de nuevos productores que deben contar con su modelo de negocios actualizado. Si bien es cierto en el año 2021 se identifica una disminución cercana al 30% en la cantidad exportada en el período de enero a septiembre, frente a las cifras del año anterior en el mismo período. La disminución de exportación obedece a la crisis de la cadena de suministro global.

El proceso que se ha desarrollado en inteligencia de mercados ha permitido planear el desarrollo comercial hacia nuevos países con empresas exportadoras y encadenamientos, además ha logrado identificar productores y exportadores que están usando partidas arancelarias diferentes a la de la pánela 17.01.13.00.00, lo que disminuye la cantidad de Pánela exportada, en algunos casos sin pago de cuota de Fomento por exportación.

Se tiene una demanda en aumento por parte de agroempresas y empresas ancla para fortalecer los modelos de negocios que permiten el desarrollo de nuevos mercados. Dentro de los nuevos escenarios para el desarrollo comercial, las posibilidades de atender mercados institucionales y generar nuevos procesos con circuitos cortos de comercialización dan nuevas oportunidades a los productores.

Debido a la situación comercial generada por la pandemia, se crea la necesidad de incursionar en canales de comercialización novedosos como el e-commerce que permitan conectar agroempresas con el consumidor final facilitando procesos de compra reduciendo intermediación.

Con el presupuesto para el año 2022 del programa comercial del Fondo de Fomento Panelero, se busca:

- \* Fortalecer los aspectos logísticos y de gerencia de la cadena de suministro, brindar habilidades, generar destrezas y conocimientos para la gestión logística y estratégica que permita garantizar el cumplimiento y nivel de servicio de las agroempresas frente a los retos que solicita el mercado actual.
- \* Fomentar la participación de agroempresas en plataformas digitales y nuevos canales de comercialización novedosos a través de comercio electrónico.
- \* Garantizar los recursos para fortalecer el modelo de encadenamientos productivos consolidando los procesos que han iniciado y son piloto para el país.
- \* Los encadenamientos confirmados requieren fortalecer aspectos productivos, acuerdos comerciales y su seguimiento, requiriendo el apoyo metodológico y técnico del programa comercial, generando capacidades a través de la práctica en el área técnica del programa comercial.
- \* Se identificarán nuevos encadenamientos productivos con apoyo de los productores e instituciones que quieran participar en este modelo de desarrollo comercial.
- \* Para lograr identificar oportunidades comerciales y generar información estratégica para los encadenamientos se deben generar informes de inteligencia de mercados para identificar mercados, demanda de producto, requerimientos de clientes, análisis de competencia y potencial real.
- \* Con esta información es posible planear el desarrollo comercial de los encadenamientos orientados al mercado internacional.
- \* Generar nuevos procesos comerciales a través del desarrollo de capacidades para atender mercados institucionales y circuitos cortos de comercialización.
- \* Dar capacidades a los productores beneficiados de gestionar de una manera más eficiente sus procesos comerciales a través de acceso a información, inteligencia de mercados, alianzas con instituciones y universidades que faciliten estos procesos.
- \* Apoyar la promoción de encadenamientos y alianzas que trabajen con perspectiva de sostenibilidad alineado con los objetivos del desarrollo sostenible.
- \* Apoyar procesos de cumplimiento de requisitos técnicos, de certificación y documental para que productores puedan dar cumplimiento a acuerdos comerciales y mejorar procesos de sostenibilidad y competitividad en los encadenamientos.

**OBJETIVO GENERAL**

Generar capacidades en los encadenamientos productivos y productores, para atender demanda de panela en segmentos especializados de la industria de alimentos, el mercado institucional, las exportaciones y los circuitos cortos de comercialización, mejorando la calidad del producto, dando competitividad y cumplimiento para segmentos con potencial de crecimiento a través de la planeación técnica y logística de las cadenas de valor en los departamentos de Santander, Cundinamarca, Boyacá, Antioquia, Risaralda, Huila, Cauca, Valle del Cauca, Tolima y Nariño, con el fin de ingresar en el 2022 cerca 2.500 toneladas de panela a nuevos mercados.

**OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Fortalecer agro empresas en el proceso de desarrollo y consolidación de mercados a través de mejores prácticas empresariales, planeación del modelo técnico y logístico de la cadena de valor, cumplimiento de requisitos de mercados, generando valor agregado y conformando redes empresariales en capacidad de integrarse a encadenamientos, definiéndolos en modelos de negocio para cada agro empresa, gestionando el desarrollo de cada negocio.
2. Consolidar esquemas de desarrollo comercial a través de encadenamientos productivos, circuitos cortos de comercialización, mercados institucionales y canales digitales de comercialización, generando elementos técnicos de planeación y logística para la cadena de valor, generando modelo de desarrollo e instrumentos para su gestión.
3. Implementación de herramientas de gestión para la implementación de modelos de negocios incluyendo los procesos de planeación y desarrollo técnico de los esquemas comerciales a incentivar.
4. Capacitar en aspectos de requisitos comerciales que incluye logística y mercadeo, valoración de costos comerciales, formalización y aspectos de mejora para dar sostenibilidad y competitividad al proceso productivo.
6. Apoyar procesos de promoción de encadenamientos y modelos de negocios dentro del marco de la sostenibilidad, alienándose con los objetivos de desarrollo sostenible (PNUD).

**METAS Y LOGROS ESPERADOS CON LA EJECUCION DEL PROYECTO**

- 1.1 (20) Agroempresas asesoradas y fortalecidas para la integración a mercados con oportunidad de desarrollo dentro del marco de la formalidad y valor agregado cuentan con un modelo de negocios para su implementación y desarrollo competitivo y sostenible. Mercados priorizados para su desarrollo exportaciones, compras institucionales, circuitos cortos de comercialización, producción de rones artesanales, industria de alimentos.
- 1.2 (10) Agroempresas cuentan con plan de desarrollo de sus cadena de suministro a mercados de valor agregado, definiendo objetivos estratégicos, identificación de costos logísticos, identificación de KPI (indicadores claves de desarrollo) y gestión de Brechas de desempeño (GAPs).
- 1.3 (10) Agroempresas asesoradas cuentan con un plan para el desarrollo de la cadena de suministro en plataformas E-commerce (Plataformas digitales de comercio)
- 1.4 (6) Esquemas de integración comercial fortalecen y consolidación en encadenamientos productivos, mercados institucionales, circuitos cortos de comercialización y canales digitales de comercio.
- 1.5 (6) Esquemas de integración comercial asesorados en la evaluación de la cadena de suministro, costos logísticos y propuestas de mejora para la incursión en mercados con oportunidades.
- 1.6 (20) Empresas asesoradas en procesos de comercialización nacional e internacional.
- 1.5 (1) Informe de inteligencia de mercados general
- 1.9 (1) Convenio institucionales para fortalecer capacidades en el desarrollo comercial.
- 1.10 (1) Herramienta implementada de gestión para la adopción de planes de suministro de acuerdo a las oportunidades del modelo de negocios.
- 1.11 (1) evento de promoción y gestión comercial de encadenamientos productos dentro del marco de la sostenibilidad
- 1.12 (400) productores y agentes de la cadena capacitados en los requisitos de mercados formales, planeación técnica y logística de mercados, definición de factibilidad del proceso comercial y trámites requeridos en mercados formales

**MARCO LOGICO**

Componentes del Proyecto	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos Importantes
Fortalecer agro empresas en el proceso de desarrollo y consolidación a través, planeación técnica y logística de la cadena de valor, conformando redes empresariales en capacidad de integrarse a encadenamientos.	# agro empresas asesoradas en procesos de desarrollo e integración productiva.  # agroempresas implementan la planificación de la cadena de suministro  # agro empresas asesoradas para su participación en una plataforma de comercialización digital	20 Informes de acompañamiento, uno por cada agroempresa.  10 planes para la planificación de la cadena de suministro e identificación de costos logísticos  10 empresas asesoradas para su participación en plataforma E-commerce	Agro empresas cuentan con capacidad e interés para desarrollar procesos formales e integrarse a mercados competitivamente, con destino a encadenamientos, mercados institucionales y circuitos cortos de comercialización. Las condiciones económicas nacionales y globales permiten el desarrollo comercial dentro del marco de la formalidad.
Apoyar y asesorar procesos de desarrollo de circuitos cortos de comercialización, mercados institucionales y canales digitales de comercialización para el fortalecimiento de encadenamientos productivos	# de encadenamientos asesorados y apoyados para su desarrollo  # de encadenamientos asesorados en la evaluación de la cadena de suministro, costos logísticos y propuestas de mejora para la incursión en mercados con oportunidades.	6 informes en el año de Procesos de integración comercial y desarrollo de mercados circuitos cortos de comercialización, mercados institucionales y encadenamientos productivos  6 informes de evaluación de la cadena de suministro, costos logísticos y propuestas de mejora para la incursión en mercados con oportunidades.	Esquemas de integración cuentan con capacidad e interés para desarrollar procesos formales e integrarse a mercados competitivamente, con destino a encadenamientos, mercados institucionales y circuitos cortos de comercialización. Las condiciones. Las organizaciones de productores y empresas logran alinear los objetivos estratégicos
Generación de informes de	# de informes de inteligencia de mercados internacional	1 Informe de inteligencia de mercados general	Con los informes de inteligencia de mercados se podrán realizar estrategias de ingreso a nuevos mercados.

<p>inteligencia de mercados y vigilancia tecnológica para el desarrollo comercial.</p> <p>Asesoría a empresas en procesos de exportación y desarrollo comercial para mercados formales.</p> <p>Convenios insistitucionales para fortalecer capacidades en el desarrollo comercial.</p> <p>Herramienta de gestión para la planeación de negocios</p> <p>Promoción de Encadenamientos en el marco de la sostenibilidad</p> <p>Capacitación a productores y agentes de la cadena capacitados en lo requisitos de mercados formales, planeación técnica y logística de mercados, definición de factibilidad del proceso comercial y tramites requeridos en mercados formales</p>	<p># agroempresas asesoradas en exportación , solicitud de cuota a EEUU y procesos de formalizaición</p> <p># de convenios suscritos con instituciones</p> <p># de herramientas de gestión implementada</p> <p># de eventos de promoción de encadenamiento</p> <p># de productores y agentes de la cadena capacitados</p>	<p>20 informes de asesoría de agroempresas</p> <p>1 Convenio suscritos con instituciones y/o empresas de servicios</p> <p>1 herramienta de gestión implementada</p> <p>1 evento de promoción comercial de encadenamientos</p> <p>400 productores y agentes de la cadena capacitados. Listas de asistencia - evidencia fotográfica</p>	<p>Con el informe de vigilancia tecnológica se podrán revisar los avances de innovación en el sector para ser aplicados por las agroempresas</p> <p>Se crean competencias en los productores para realizar exportaciones de panela y acceso a mercados de valor agregado.</p> <p>Con la suscripción de convenios se fortalecerá el desarrollo de la cadena de suministro panelera</p> <p>Se facilitan las condiciones para el acceso a nuevos mercados que demandan la uso de herramientas de planeación técnica y logística de la cadena de valor.</p> <p>Se logran generar los elementos diferecniales y de valor compartido dentro del marco de la sostenibilidad</p> <p>El interés de los productores, agroempresas e instituciones permiten a la cadena de valor contar con un mejor desempeño.</p>
--	---	---	--

CARLOS JAVIER GUERRERO USEDA  
DIRECTOR COMERCIAL