



Federación Nacional de Productores de Panela  
Fondo de Fomento Panelero

*"Fuerza gremial al servicio de Colombia con el dulce sabor del campo"*

Carrera 45A No. 93 - 55 Teléfonos: 6222066 – 6222788  
FONDO NACIONAL DE LA PANELA NIT: 800.059.441-1  
Correo Electrónico: [infofedepanela@fedepanal.org.co](mailto:infofedepanela@fedepanal.org.co) BOGOTÁ, D.C. - COLOMBIA



## **CONTENIDO**

**Pág.**

### **PROGRAMAS DE INVERSION**

- |   |          |
|---|----------|
| <b>1. PROGRAMA COMERCIAL-ACOMPANIAMIENTO A LA GESTION COMERCIAL Y EMPRESARIAL</b> | <b>2</b> |
| <b>2. PROGRAMA PROMOCION AL CONSUMO</b>   | <b>5</b> |

***"Fuerza gremial al servicio de Colombia con el dulce sabor del campo"***

Carrera 45A No. 93 - 55    Teléfonos: 6222066 – 6222788  
FONDO NACIONAL DE LA PANELA    NIT: 800.059.441-1  
Correo Electrónico: [infofedepanela@fedepanal.org.co](mailto:infofedepanela@fedepanal.org.co)    BOGOTÁ, D.C. - COLOMBIA



## **1. PROGRAMA COMERCIAL ACOMPAÑAMIENTO A LA GESTION COMERCIAL Y EMPRESARIAL**

### **1.1. INTRODUCCION**

Como parte del desarrollo del plan de acción y actividades propuestas para el desarrollo del Programa Comercial del Fondo de Fomento Panelero del año 2015 se avanzó en el desarrollo del programa de cuatro componentes:

- i). Identificación de oportunidades comerciales para el sector a nivel nacional e internacional.
- ii). Apoyo a organizaciones de productores o empresarios paneleros para la implementación de sus planes de negocios.
- iii). Desarrollo Tecnológico y comercial que les permita a los productores integrados al programa comercial adoptar tecnologías duras o blandas para la integración a los mercados identificados o desarrollados.
- iv). Apoyo al cierre de operaciones comerciales de productores y esquemas de integración productiva en los mercados identificados y priorizados.

El desarrollo de estos componentes permitirá fortalecer productores y empresarios paneleros para el ingreso a nuevos mercados formales tanto nacionales como internacionales apoyando temas técnicos, de inocuidad, calidad, valor agregado, de planes de negocio y cierre de operaciones comerciales.

### **1.2. INDICADORES DE GESTIÓN**

Se cerró la gestión comercial con un nivel de ejecución o cumplimiento de metas del orden de 97.1%. Dentro de esta valoración el cierre de operaciones comerciales es el componente con mayor peso porcentual con el 40%. Las actividades de apoyo en implementación de planes de negocios y de proyectos de desarrollo tecnológico poseen el 25% cada uno de peso porcentual; entre tanto las actividades del componente de identificación de mercados solamente se le ha dado un 10% de valor porcentual.

### **1.3. DESARROLLO DE ACTIVIDADES DEL PROGRAMA**

#### **1.3.1 IDENTIFICACION DE MERCADOS**

*"Fuerza gremial al servicio de Colombia con el dulce sabor del campo"*

Carrera 45A No. 93 - 55 Teléfonos: 6222066 – 6222788  
FONDO NACIONAL DE LA PANELA NIT: 800.059.441-1  
Correo Electrónico: [infofedepanela@fedepanal.org.co](mailto:infofedepanela@fedepanal.org.co) BOGOTÁ, D.C. - COLOMBIA



En la labor realizada durante el 2015 se lograron identificar 50 clientes potenciales con interés de compra de panela con valor agregado gracias a la labor comercial realizada en la participación de ferias y eventos como fue la Macroruerra 55 patrocinada por PROCOLOMBIA, el Encuentro Nacional Andino, la Alianza del Pacífico, Anuga y Expomilán. Estos clientes potenciales les brinda la oportunidad de abrir mercados a los productores y exportadores en Alemania, Israel, Canadá, Ecuador, España, Bolivia, Chile, Perú, México y Estados Unidos, entre los clientes identificados encontramos la industria de alimentos que desean incluir a la panela como endulzante en la preparación de sus productos, y grandes distribuidores que atienden almacenes de cadena, tiendas especializadas de productos orgánicos y grandes superficies.

Para la atención de estos mercados nacionales e internacionales igualmente se identificaron y desarrollaron productores para el cumplimiento de los requisitos solicitados por estos clientes, se trabajó fundamentalmente en el cierre de brechas de temas sanitarios y de inocuidad, entregando 52 productores con cumplimiento de la Resolución 779/2006, y un grupo de productores con certificación orgánica para la atención de clientes especialmente de origen europeo, resultado del proyecto desarrollado con apoyo del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, dentro del proyecto además se fortalecieron temas de desarrollo de productos de valor agregado, desarrollo de empaques, análisis de vida útil, y laboratorios de calidad.

Fueron registrados los requisitos de ingreso a mercados en Europa, Estados Unidos, Australia y Asia, con los cuales se brindó apoyo e información a varios de los comercializadores y productores interesados en ingresar a estos nuevos mercados.

### **1.3.2 DESARROLLO TECNOLÓGICO**

Dentro de la labor también se identificaron, y se fortalecieron 12 encadenamientos productivos con mercados de exportación que tienen vinculados a cerca de 30 productores paneleros avanzados de sanitarios, de calidad e inocuidad.

Se logró desarrollar el proyecto planteado y estructurado con el fin de fortalecer y preparar a los productores paneleros para su inclusión en mercados de valor agregado con fines de exportación. Este proyecto fue posible gracias a los recursos

***"Fuerza gremial al servicio de Colombia con el dulce sabor del campo"***



brindados por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y FEDEPANELA. En el proyecto participaron 120 productores avanzados en temas sanitarios, tributarios, comerciales y de calidad. Se puntualizaron y priorizaron varios temas para dar soluciones a las necesidades latentes del sector para el fortalecimiento de los encadenamientos productivos, entre ellos desarrollo de productos de valor agregado, desarrollo de empaques, análisis de vida útil, laboratorios de calidad, estructuración de planes de negocio, talleres de capacitación, certificaciones orgánicas y de BPM.

Se brindó apoyo en el desarrollo de 12 nuevos productos a base de panela, cumpliendo uno de los objetivos generar productos de valor agregado.

Se desarrollaron 2 proyectos de Banca de Inversión, con el fin de plantear soluciones a la financiación de recursos y continuar impulsando el desarrollo del sector. Con estos proyectos se busca consolidar la base de mercados para panela y otros productos con valor agregado que permitan a los productores vinculados al plan pasar de panela en bloque a presentaciones tipo orgánica, granuladas, granulada orgánico o en su defecto logre encadenar procesos comerciales.

### **1.3.3 ESTRUCTURACION DE PLANES DE NEGOCIO**

Con el fin de dar lineamientos para el ingreso a los mercados y establecer una ruta de trabajo que brinde estrategias comerciales para este fin, se estructuraron 50 planes de negocio de los productores priorizados. Estos planes permitieron plantear las directrices para que las organizaciones puedan acceder a estos mercados identificados, establezcan un plan de acción donde se establezcan las actividades, las estrategias, los recursos necesarios, identifiquen los clientes a los cuales quieren llegar, y desarrollen la sinergia comercial y empresarial para poder llevar a cabo los procesos comerciales.

Dentro de la labor también se identificaron, y se fortalecieron 20 encadenamientos productivos con mercados de exportación que tienen vinculados a cerca de 60 productores paneleros avanzados de sanitarios, de calidad e inocuidad. Estos encadenamientos actualmente atienden mercados en 18 países donde la panela colombiana está presente.

### **1.3.4 CIERRE DE OPERACIONES COMERCIALES**

Se realizaron cierres comerciales con varias empresas en la industria de alimentos y en el mercado internacional, estas operaciones consolidaron cerca de 180 ton/mes, donde las exportaciones provinieron principalmente de productores de Antioquia,

***"Fuerza gremial al servicio de Colombia con el dulce sabor del campo"***



Boyacá, Valle del Cauca, Risaralda y Nariño. Esta dinámica comercial permitió un aumento de las exportaciones de un 31% con respecto al año anterior.

En el mercado formal nacional se realizaron cierres comerciales que comprometieron 120 ton/mes.

## **2. PROGRAMA PROMOCION AL CONSUMO INFORME DE ACTIVIDADES 2015**

### **OBJETIVO DEL AREA**

Desarrollar la estrategia de comunicación de Fedepanela, que responda y se integre a su Plan Estratégico, para que mediante un plan específico establezca las políticas, mensajes y acciones a desarrollar en materia de comunicación externa e interna; relaciones con los medios y desarrollo de la estrategia global de imagen corporativa de la entidad. Apoyar a las demás áreas de la Federación en el desarrollo de estrategias y herramientas de comunicación para el cumplimiento de sus actividades.

### **1. PROGRAMA DE PROMOCION AL CONSUMO FONDO DE FOMENTO**

#### **1.2. Participación en ferias y eventos**

- Participación en Segundo Agroencuentro del Cesar – Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Corporación Colombia Internacional
- Degustaciones con el Inpec para la promoción de compras institucionales de panela
- Participación en el evento BMX Camp 2015 organizado por la Fundación Social BMX , con punto de degustación y repartición de elementos promocionales
- Feria Regional Alimentaria "Sabores de Mi Tierra", organizada por la Cámara de Comercio del Huila, seccional Pitalito. Montaje de stand, degustaciones y shows de cocina con participación e productores de la región
- Aporte del Fondo de Fomento para la participación en la feria Agroexpo 2015.
- Participación en las Feria Ocamonte con la Asociación de Productores Agrarios de Colombia, Agrocol. Puntos de degustación y distribución de material promocional en la carrera atlética municipal y en la exposición y muestra artística, show de cocina con panela en la Muestra Gastronómica Santandereana.
- Participación en el Foro del Sector Cañicultor. Punto de degustación de productos paneleros para cerca de 800 participantes. Cali.

***"Fuerza gremial al servicio de Colombia con el dulce sabor del campo"***



- Participación en el VII Seminario de Actualización de Periodistas Económicos. Punto de degustación con el “Carrito Panelero”, distribución de material divulgativo y productos paneleros de innovación. Villavicencio.
- Participación en día de campo con 200 productores de Cundinamarca con el apoyo de Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Corpoica, Sena, Asopropanoc y la Alcaldía de Nocaima . Puntos de degustación en las tres estaciones de encuentro, distribución de material divulgativo y promociona. Nocaima, Cundinamarca
- Participación en las válidas X y XI del Torneo Nacional de Bicicross, organizadas por la Corporación Amigos del BMX de Antioquia. Punto de degustación durante los días del evento y distribución de material divulgativo.
- Participación en la Feria del Panelero Isnense. Punto de degustación durante los días del evento, repartición de material divulgativo. Isnos, Huila.
- Participación en el XXVIII Congreso Agrario Nacional organizado por la SAC. Punto de degustación con el “Carrito Panelero”, distribución de material divulgativo y promocional, refrigerios preparados con panela y distribución entre los asistentes de productos paneleros de innovación.
- Participación en encuentro regional de productores paneleros de Nariño. Punto de degustación, material divulgativo y promocional. Túquerres, Nariño.
- Celebración del Día del Panelero en Mariquita, Tolima. Punto de degustación, show de cocina, distribución de material divulgativo y promocional.

### **1.3. Material de promoción**

- Elaboración de diseños y artes finales para material divulgativo
- Realización del desarrollo conceptual y creativo por parte de la agencia McCann para la campaña de promoción al consumo 2015.
- Equipos, elementos, productos y chef para la realización de cuatro shows de cocina en Agroexpo 2015.
- Elaboración de ponchos y gorras como material promocional
- Grabación en video, edición y locución de notas de eventos, como material promocional para medios masivos de comunicación.
- Elaboración de material divulgativo (pendones, pancartas, volantes) para Feria del Panelero Isnense.
- Compra de materiales desechables (vasos, servilletas, mezcladores, hielo, agua) para degustaciones.
- Elaboración de pendones para apoyo a actividades de promoción en Quindío
- Material de promoción para productores paneleros participantes en la Feria de Monquirá
- Elaboración de producto promocional (galletas elaboradas con panela) par distribución en eventos.

***“Fuerza gremial al servicio de Colombia con el dulce sabor del campo”***





- Reimpresión de recetario de preparaciones con panela para distribución como material divulgativo.
- Material de promoción para productores paneleros participantes en la Muestra Agroindustrial de Villeta, Cundinamarca; material de divulgación y productos paneleros de innovación para distribución en dicho evento.

## **2. CONVENIO 330 CIERRE DE BRECHAS- COMPONENTE APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN**

Desarrollo del plan de trabajo elaborado conjuntamente con el Área Comercial de Fedepanela para la ejecución de las diferentes actividades establecidas en este componente, de la siguiente manera:

- **Activaciones de producto en el exterior:** planificación y ejecución de 36 activaciones con productores, agroempresas, integradores comerciales y distribuidores con presencia en mercados de España, Italia, Inglaterra, Estados Unidos Canadá, Perú, Chile, Panamá, Canadá, Francia, Sudán del Sur (África)
- **Ferias internacionales en territorio nacional:** participación en Agroexpo, muestra comercial en el XXVII Congreso Nacional de Exportadores organizado por Analdex en Barranquilla, Expohuila en Neiva organizado por la Cámara de Comercio de Neiva, Expoespeciales en Corferias; Góndola 205, Expertos del Retail, organizado por Fenalco en Cartagena; VII Congreso Nacional de Restaurantes, organizado por Acodrés en Santa Marta.
- **Ferias internacionales en el exterior:** participación en Anuga 2015, feria mundial de alimentos y bebidas en Colonia, Alemania; Food and Life en Munich, Alemania; Baazar en Berlín, Alemania y Artigiano en Milán, Italia
- **Couching:** en Cisneros, Antioquia, con la participación de la Central de Mielles y Asopropanoc, con destino al mercado de Canadá; Quinchía y Quimbaya, con la central de miles de Quinchía y Delicaña, con destino al mercado de España; Santander de Quilichao, Atuncela y Fundemerca, con destino al mercado de Italia; central de mieles de Útica, con destino al mercado de Italia; central de mieles de Quinchía y Bioalimentación con destino a mercados de Francia y España
- **Ruedas de negocios:** III Encuentro Comercial Andino, Lima, Perú; Milán, Italia, en el marco de Expomillán 2015; Madrid, España, en el marco de la feria Biocultura; Toronto, Canadá, con la participación de Nutriequinos
- **Misiones comerciales:** Quito, Ecuador, La Mielera; Atlanta, Estados Unidos, por la empresa Invexxa; Madrid, Valencia, Barcelona y Málaga con la empresa Delicaña; Lisboa, Portugal; con la empresa Innova.
- **Perfil de cata:** realización de catas en Expohuila y Expoespeciales; desarrollo de perfil de cata, con la empresa Kawa, comercio sostenible SAS.

***"Fuerza gremial al servicio de Colombia con el dulce sabor del campo"***





### **3. CAMPAÑA PUBLICITARIA PROMOCIÓN AL CONSUMO CON EL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL**

Desarrollo y ejecución de la campaña de promoción al consumo de los productos paneleros, El Efecto Panela, que Fedepanela llevó a cabo junto con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural con la que se buscó dar a conocer las diferentes líneas de productos paneleros e impulsar su consumo a través de la diversificación de productos.

Se diseñó un plan estratégico de medios el cual fue ejecutado a través de Caracol TV, con el fin de divulgar el uso y consumo de la panela y así mismo, ofrecerle al consumidor la idea de un producto de calidad, natural y altamente nutritivo.

De igual manera, la campaña apoyó las acciones planteadas por el área comercial a nivel nacional e internacional para estimular el mercado panelero.

Además, se emitieron 5.363 comerciales por televisión nacional, 1.303 cortinillas y superimposiciones; 260 emisiones en formatos no convencionales (Día a Día, noticieros, La Red); 212 emisiones en televisión regional. En radio (Blu radio, cadena Olímpica, la W) se hicieron 1582 emisiones y en radio regional 1582 emisiones. En prensa se publicaron 8 publireportajes con El Espectador y 6 avisos publicitarios por la prensa regional.

De igual forma se pasaron 5.292 emisiones de comerciales en diferentes salas de Cine Colombia, la pauta digital en comerciales y mensajes en medios digitales y redes sociales se vio reflejada en 606.335 impresiones, y se realizaron actividades BTL con 80 activaciones y degustaciones con el “carrito panelero” en Bogotá, Villavicencio, Santa Marta, Barranquilla, Cartagena, San Andrés, Bucaramanga, Quinmaya, Pereira, Calí y Medellín.

### **4. DESARROLLO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

Para fortalecer las comunicaciones internas entre todos los miembros de Fedepanela tanto de la sede central como de las regionales, se lanzó Nuestra Intranet Fedepanela, a través de la cual se ha logrado ir integrando la información de la Federación en un solo medio, para visualizar y socializar las diferentes acciones de Fedepanela.

Esta acción se ha fortalecido con el manejo de redes sociales como Facebook, en donde se publican los eventos de la Federación.

***“Fuerza gremial al servicio de Colombia con el dulce sabor del campo”***



Las comunicaciones externas se han manejado a través de la actualización de contenidos en la página web, como medio para dar a conocer las noticias más relevantes de Fedepanela y del sector panelero. Como complemento de esto se manejó un banner para la divulgación de contenidos de la campaña El Efecto Panela y un twitter para interactuar con el público en general que tuviera interés por los temas relacionados con la panela.

Finalmente se trabajó la comunicación externa a través de la elaboración de boletines informativos con diferentes gremios y medios económicos.

***"Fuerza gremial al servicio de Colombia con el dulce sabor del campo"***

Carrera 45A No. 93 - 55 Teléfonos: 6222066 – 6222788  
FONDO NACIONAL DE LA PANELA NIT: 800.059.441-1  
Correo Electrónico: [infofedepanela@fedepanal.org.co](mailto:infofedepanela@fedepanal.org.co) BOGOTÁ, D.C. - COLOMBIA