



CONTENIDO

Pág.

PROGRAMAS DE INVERSION

1.	PROGRAMA DE TRANSFERENCIA Y EXTENSIÓN	2
2.	PROGRAMA ESTUDIOS ECONOMICOS	3
3.	PROMOCION AL CONSUMO	4
4.	PROGRAMA COMERCIAL – ACOMPAÑAMIENTO A LA GESTION COMERCIAL Y EMPRESARIAL	8
5.	PROGRAMA ACUERDO DE COMPETITIVIDAD - SECRETARIA TECNICA DE LA PANELA Y COMISION NACIONAL DE VIGILANCIA	32



PROGRAMAS DE INVERSION

1. PROGRAMA DE TRANSFERENCIA Y EXTENSION

El programa de asistencia técnica ejecutado en el 2014 se realizó por medio programa DRE Desarrollo Rural con Equidad. Que tuvo un tiempo de ejecución de noviembre del 2013 a octubre de 2014 cumpliendo con un 100% de las actividades propuestas. Atendiendo un total de 6.672 beneficiarios en 178 municipios de los 14 departamentos paneleros del país. Logrando las siguientes metas

COMPONENTE DIAGNOSTICO PARTICIPATIVO

- CARACTERIZACION DE UNIDAD PRODUCTIVA se caracterizaron 4.597 unidades productivas
- GEOREFENCIACIONES DE UNIDADES PRODUCTIVAS 4.551 Unidades Productivas
- PLANES DE TRABAJO DE UNIDADES PRODUCTIVAS 2.121 Unidades Productivas

COMPONENTE TECNOLÓGICO

- TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y/O EXTENSIÓN Se desarrollaron 21835 visitas de asistencia técnica a productores beneficiarios
- TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y/O EXTENSIÓN Se desarrollaron 25.481 capacitaciones con los beneficiarios en los diferentes componentes
- PROCESOS DE ELABORACIÓN Con el mejoramiento de la extracción se obtuvieron 1.354 Ton de panela adicional.
- PROCESOS DE ELABORACIÓN Trabajando con cañas con un buen índice de madurez eleva el valor de grados Brix, se garantizaron 1.414 toneladas de panela adicional.
- CONTROL BIOLÓGICO Controlando Plagas y Enfermedades se logró una producción de toneladas de panela adicional 3.361 producida por hectárea de caña después del control biológico.
- SEMILLEROS Se implementaron de 170 semilleros de para generación y distribución de material vegetal para propagación. Se obtuvieron 1.886 Tn de semilla



COMPONENTE AGROEMPRESARIAL

- ORGANIZACIONES FORMALIZADAS Se asesoraron a 39 organizaciones para fortalecer las unidades productivas frente a los procesos de formalización.

COMPONENTE COMERCIAL

- CARACTERIZA-CION DE LA OFERTA POR DEPARTAMENTO Se realizaron 14 caracterizaciones de la Oferta en los departamentos paneleros.
- COSTOS DE PRODUCCIÓN Se implementaron 1985 costos de producción en las Unidades Productivas

SISTEMA DE INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN

- INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN Se generaron 30 espacios virtuales a las organizaciones de productores para que den a conocer a los potenciales y reales consumidores sus procesos organizacionales y un portafolio de productos

2. ESTUDIOS ECONÓMICOS Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN

PRECIOS 2014

Teniendo como base la información recolectada a través del sistema de información, se está construyendo un marco de variables que pretende generar la información para empezar a definir tendencias y comportamientos de las variables socioeconómicas del subsector.

Precios de la panela

Hasta la cuarta semana de Diciembre del presente año 2014, se han consolidado 53 semanas teniendo en cuenta el proceso de recolección de precios a nivel nacional en los 13 departamentos, 80 municipios paneleros atendidos por el programa de asistencia técnica.




El comportamiento semanal de los precios ha presentado una tendencia a la baja, iniciando en la primera semana de Enero con un precio de \$1.499 siendo el precio más alto durante el año 2014, y decreciendo hasta la cuarta semana del mes de Agosto con un precio de **\$1.293**, de este punto toma una leve tendencia al alza hasta registrar un valor de **\$ 1.414** en la última semana del mes de Diciembre, Según el comportamiento de los precios a nivel nacional el promedio para el 2014 fue de **\$ 1.384**

PRECIOS	SEMANA	PROMEDIO SIMPLE	PROMEDIO PONDERADO
PRECIO MAYOR	ENERO	\$ 1.499	\$ 1.418
PRECIO MENOR	SEPTIEMBRE	\$ 1.293	\$ 1.184

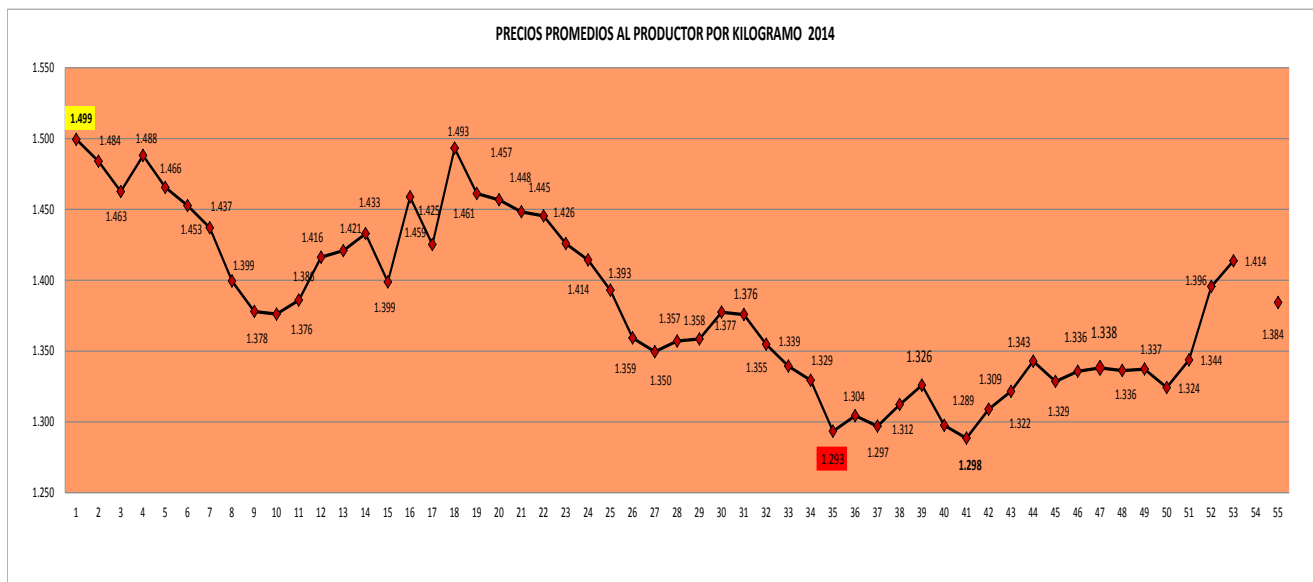
Las regiones que presentaron los mejores precios son: Caquetá, Risaralda y valle, y los precios más bajos se presentan en los Departamentos de Nariño, Cundinamarca y Boyacá.

PRECIOS PROMEDIOS SEMANALES AL PRODUCTOR 2014

<div><div></div><div><div>PRECIOS SEMANALES AL PRODUCTOR 2014</div><div>PRECIO PROMEDIO POR KILOGRAMO</div></div></div>																															
MESES		ENERO					FEBRERO					MARZO					ABRIL					MAYO					JUNIO				
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	1	2	3	4	5
ANTIOQUIA		1.400	1.444	1.488	1.488	1.463	1.399	1.399	1.271	1.271	1.189	1.182	1.246	1.354	1.326	1.249	1.229	1.264	1.264	1.317	1.310	1.356	1.363	1.367	1.367	1.356	1.344	1.367	1.367	1.367	1.367
BOYACA		1.417	1.383	1.383	1.383	1.417	1.433	1.350	1.283	1.283	1.283	1.383	1.250	1.383	1.250	1.283	1.267	1.283	1.267	1.267	1.267	1.233	1.267	1.267	1.267	1.233	1.267	1.267	1.267	1.267	1.267
CALDAS		1.294	1.294	1.283	1.613	1.294	1.300	1.300	1.267	1.278	1.267	1.300	1.228	1.261	1.300	1.367	1.356	1.361	1.361	1.356	1.383	1.383	1.383	1.383	1.383	1.372	1.439	1.394	1.394	1.394	1.394
CAQUETA		1.925	1.925	1.883	1.883	1.925	1.933	1.933	2.217	2.011	1.988	2.017	1.839	1.805	1.864	1.958	1.767	1.847	1.773	1.936	1.983	1.983	1.983	1.983	1.983	1.933	1.633	1.694	1.727	1.727	1.633
CELESTE		1.513	1.568	1.568	1.568	1.568	1.456	1.456	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417
CUNDINAMARCA		1.329	1.323	1.327	1.327	1.403	1.395	1.368	1.321	1.279	1.286	1.304	1.306	1.383	1.310	1.244	1.233	1.222	1.222	1.222	1.286	1.286	1.286	1.286	1.286	1.286	1.286	1.286	1.286	1.286	1.286
HUELA		1.465	1.453	1.463	1.463	1.453	1.437	1.368	1.260	1.202	1.177	1.171	1.286	1.333	1.323	1.333	1.354	1.333	1.354	1.333	1.489	1.489	1.489	1.489	1.489	1.489	1.489	1.489	1.489	1.489	1.489
NARIÑO		1.276	1.228	1.247	1.247	1.214	1.156	1.154	1.194	1.172	1.011	1.192	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246	1.246
DEPARTAMENTO DE SANTANDER		1.715	1.674	1.557	1.557	1.452	1.399	1.404	1.410	1.419	1.399	1.410	1.380	1.410	1.380	1.410	1.410	1.415	1.415	1.415	1.415	1.415	1.415	1.415	1.415	1.415	1.415	1.415	1.415	1.415	1.415
RISARALDA		1.643	1.601	1.583	1.583	1.595	1.577	1.583	1.571	1.571	1.571	1.574	1.556	1.557	1.566	1.602	1.601	1.601	1.616	1.616	1.616	1.616	1.616	1.616	1.616	1.616	1.616	1.616	1.616	1.616	1.616
SANTANDER		1.943	1.983	1.983	1.983	1.983	1.417	1.367	1.183	1.183	1.183	1.167	1.283	1.250	1.233	1.171	1.283	1.350	1.233	1.233	1.233	1.257	1.289	1.277	1.277	1.277	1.233	1.100	1.100	1.100	1.100
CELESTE		1.513	1.568	1.568	1.568	1.568	1.456	1.456	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417	1.417
VALLE		1.584	1.592	1.611	1.612	1.598	1.497	1.561	1.550	1.550	1.550	1.544	1.583	1.665	1.665	1.750	1.714	1.725	1.552	1.511	1.493	1.503	1.534	1.535	1.880	1.880	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550
PROM NACIONAL		1.499	1.484	1.463	1.488	1.466	1.453	1.437	1.399	1.378	1.376	1.386	1.416	1.421	1.433	1.399	1.459	1.425	1.425	1.493	1.461	1.457	1.448	1.445	1.426	1.414	1.393	1.359	1.359	1.359	1.359

MESES		JULIO					AGOSTO					SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOV					DICIEMBRE				
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	1	2	3	4	5
ANTIOQUIA		1.339	1.359	1.339	1.334	1.382	1.392	1.392	1.325	1.357	1.302	1.460	1.468	1.498	1.507	1.535	1.558	1.645	1.685	1.650	1.650	1.660	1.590	1.461	1.470	1.474	1.512				
BOYACA		1.183	1.250	1.267	1.400	1.167	1.175	1.175	1.175	1.175	1.133	1.117	1.300	1.267	1.233	1.217	1.217	1.233	1.250	1.275	1.300	1.383	1.375	1.350	1.350	1.330	1.367				
CALDAS		1.422	1.406	1.406	1.406	1.406	1.406	1.406	1.406	1.406	1.278	1.288	1.288	1.288	1.225	1.208	1.217	1.208	1.167	1.167	1.167	1.167	1.235	1.225	1.250	1.367	1.91				
CAQUETA		1.715	1.680	1.758	1.699	1.685	1.622	1.685	1.622	1.685	1.622	1.715	1.622	1.715	1.622	1.685	1.667	1.671	1.683	1.653	1.450	1.367	1.333	1.433	1.567	1.677	1.677				
CELESTE		1.396	1.292	1.311	1.311	1.321	1.255	1.151	1.011	1.114	1.052	1.114	1.052	1.114	1.052	1.114	1.101	1.122	1.107	1.220	1.188	1.168	1.168	1.168	1.168	1.168	1.168	1.168	1.168	1.168	1.168
CUNDINAMARCA		1.103	1.121	1.118	1.115	1.094	1.077	1.109	1.067	995	1.034	1.034	992	995	1.006	995	1.111	1.028	1.199	1.271	1.271	1.234	1.139	1.159	1.159	1.285					
HUELA		1.260	1.286	1.370	1.417	1.338	1.228	1.118	1.187	1.171	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.171	1.171	1.171	1.171	1.184	1.224	1.177	1.177	1.177	1.177	1.177	1.177	1.177	1.177	1.177
NARIÑO		1.201	1.178	1.201	1.201	1.168	1.103	1.103	1.103	1.103	1.103	1.103	1.103	1.103	1.103	1.103	1.047	1.095	1.191	1.192	1.190	1.188	1.188	1.188	1.188	1.188	1.188	1.188	1.188	1.188	1.188
DEPARTAMENTO DE SANTANDER		1.567	1.468	1.452	1.468	1.452	1.351	1.344	1.425	1.425	1.425	1.438	1.550	1.500	1.445	1.550	1.609	1.609	1.380	1.380	1.380	1.380	1.380	1.380	1.380	1.380	1.380	1.380	1.380	1.380	1.380
RISARALDA		1.508	1.571	1.565	1.571	1.577	1.580	1.574	1.583	1.589	1.574	1.583	1.610	1.607	1.619	1.608	1.608	1.607	1.610	1.604	1.616	1.610	1.612	1.612	1.612	1.612	1.612	1.612	1.612	1.612	1.612
SANTANDER		1.220	1.250	1.260	1.250	1.167	1.143	1.183	1.150	1.200	1.217	1.183	1.210	1.250	1.250	1.227	1.250	1.267	1.270	1.283	1.275	1.343	1.363	1.383	1.367	1.403	1.619	1.628			
VALLE		1.160	1.260	1.260	1.235	1.235	1.200	1.200	1.208	1.200	1.208	1.200	1.125	1.213	1.056	1.125	1.150	1.175	1.200	1.184	1.215	1.165	1.140	1.140	1.140	1.140	1.140	1.140	1.140	1.140	1.140
CELESTE		1.571	1.571	1.571	1.571	1.571	1.583	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579	1.579
PROM NACIONAL		1.357	1.358	1.377	1.376	1.355	1.339	1.329	1.293	1.304	1.297	1.312	1.326	1.298	1.289	1.309	1.322	1.343	1.329	1.336	1.337	1.336	1.332	1.324	1.344	1.396	1.414				

PRECIOS MAYOR																															



3. PROGRAMA PROMOCION AL CONSUMO

Como parte de este programa se contrató con la empresa MCCANN- ERICKSON CORPORATION S.A., los servicios para la creación y diseño de una estrategia publicitaria, conceptual y creativa, así como las estrategias comunicacionales que consideren adecuadas para su desarrollo; las aplicaciones para los diferentes medios masivos; los diseños promocionales y de mercadeo que permitan ejecutar las actividades de publicidad y marketing consideradas en el proyecto integral de promoción al consumo y apoyo a la comercialización de los productos paneleros 2014 que FEDEPANELA adelanta conjuntamente con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

El valor del mencionado contrato de prestación de servicios, con cargo a los recursos del Fondo, asciende a la suma de cincuenta y ocho millones cuatrocientos cincuenta y cuatro mil novecientos cuarenta y ocho pesos (\$ 58.454.948.00) que se pactó pagar al contratista de la siguiente manera:

- Un primer desembolso del 50% (\$ 29.227.474.00) el 30 de julio de 2014, una vez cumplido el 50% de las actividades específicas, cuyo desembolso ya se realizó
- Un segundo desembolso del 50% (\$ 29.227.474.00) al finalizar el contrato, estipulado para el 10 de diciembre de 2014.

El desarrollo de las actividades por parte de la empresa contratada se ha cumplido de la siguiente manera:

- **Diagnóstico:** la empresa realizó a través de su división McCann Labs un diagnóstico de la situación del producto y del mercado de la panela con base en varios documentos: diagnóstico realizado por la misma empresa en 2013; “Hábitos, Consumo y Posicionamiento de panela en Colombia”, estudio contratado en el 2013 con recursos del Fondo; “Evaluación de Desempeño de la Campaña Publicitaria de la Panela” estudio pre y post realizado por la empresa BrandStrat como parte de la campaña publicitaria de 2013.
 - Indicador: documento con los resultados del diagnóstico como base para el desarrollo de las siguientes etapas.

- **Estrategia**, de la cual el contratista entregó un documento con la Propuesta Estratégica, el Brief Creativo y el Brief de Medios; que fue revisado por la Oficina de Comunicaciones de Fedepanela y presentado a la Gerencia y a los directivos del gremio, así como a los funcionarios correspondientes del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
 - Indicador: documento con la Propuesta Estratégica, el Brief Creativo y el Brief de Medios
- **Creatividad**, de la cual el contratista entregó una propuesta de Campaña para televisión, radio, impresos, comunicación digital,; así como las guías para producción, que igualmente fue revisado y presentado a los directivos de Fedepanela y del MADR, y cuyos parámetros se desarrollaron en la campaña publicitaria contratada por la Bolsa Mercantil de Colombia con la empresa Caracol Televisión
 - Indicadores: documento con propuesta de campaña y guías de ejecución; story boards de 6 comerciales para televisión, bocetos y copys para radio, prensa y medios digitales
- **Supervisión de producción y ejecución de la campaña**: se realizó un trabajo conjunto entre MADR, Bolsa Mercantil, Fedepanela, McCann y Caracol para realizar no sólo la supervisión, sino los desarrollos creativos requeridos para la ejecución del plan de medios mediante un plan de trabajo acordado conjuntamente, al igual que la realización de reuniones quincenales de evaluación y seguimiento.

4. PROGRAMA COMERCIAL – ACOMPAÑAMIENTO A LA GESTION COMERCIAL Y EMPRESARIAL

INTRODUCCIÓN.

Durante el año 2014 con el desarrollo del programa comercial del Fondo de Fomento Panelero, se ha dado continuidad a la implementación del plan de negocios del gremio con el enfoque de desarrollar y consolidar mercados formales de valor agregado que permita aprovechar oportunidades que se han venido identificando en mercados nacionales e internacionales, permitiendo a los empresarios paneleros integrarse de manera competitiva para lograr la sostenibilidad social, organizacional y financiera.

Para lograr estos objetivos se desarrollaron los siguientes componentes:

- a. Identificación de oportunidades comerciales para el sector a nivel nacional e internacional.
- b. Apoyo a organizaciones de productores o empresarios paneleros para la implementación de sus planes de negocios.
- c. 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.
- d. Apoyo al cierre de operaciones comerciales de productores y esquemas de integración productiva en los mercados identificados y priorizados.

Para el desarrollo de estas acciones durante el año 2014 se ha logrado contar con el apoyo e integración de acciones concretas con las direcciones técnica y de comunicaciones, lo que constituye en un referente importante para consolidar un modelo de gestión comercial que permita el aprovechamiento de las oportunidades comerciales y generación de tendencias de consumo con la estrategia de promoción al consumo en la cual ya se están integrando productores de diferentes zonas del país.

Dado que durante el periodo 2014 no se contó con recursos del Fondo de Fomento para inversión, gastos de apoyo y operación de las actividades de desarrollo comercial, se adelantaron gestiones con el MADR, Gobernaciones, Banco Agrario, PROCOLOMBIA y programas de apoyo, con el propósito de gestionar recursos o integrar acciones para lograr mayor impacto en el programa comercial. No obstante, se adelantaron gestiones y presentaron propuestas o proyectos que recibieron aval o conceptos positivos en diferentes entidades, solamente el programa de Alianzas Productivas en Nariño, Risaralda y Caldas lograron iniciar durante el año.

Gracias al apoyo del área técnica se logró contar con apoyo para las actividades de seguimiento comercial, procesos de auditoria interna y a partir del mes de agosto con la vinculación de la ingeniera Angela María Martínez Reyes, profesional con experiencia y formación en procesos de producción así como en sistemas de calidad, se ha logrado fortalecer el área de desarrollo y calidad. Contando con un liderazgo en los componentes de desarrollo tecnológico y apoyo en el modelo de apoyo para la implementación de los planes de negocios del modelo de integración productiva, liderado inicialmente por COMERPANELA.

Resultado del trabajo adelantado durante el año 2014 se destacan como logros importantes:

- ❖ Identificación de Mercados: Se han identificado a través de contactos priorizados 11 mercados.

- Industriales donde sobresalen los procesos de desarrollo de mezclas para constituir en agua, fabricación de granolas, barras energéticas, panificación, galletería y bebidas.
- Exportación. Orientados al mercado de panela granulada orgánica y bloque para los mercados de EEUU, España, Alemania, Inglaterra y Australia.
- Institucional. Orientado al mercado de las Fuerzas Militares a través de bebidas para servicios de alimentación.
- ❖ Apoyo para desarrollo e implementación de planes de negocios: Se ha desarrollado acciones para integrar de productores de Cundinamarca, Antioquia, Risaralda, Santander y Boyacá dentro del modelo comercial para mercados de valor agregado, logrando integrar a 6 organizaciones al modelo comercial con las cuales se tiene el primer acercamiento al plan de negocios.
- ❖ Desarrollo Tecnológico:
 - Sistematización procesos comerciales con lo cual se lograron desarrollar 4 protocolos en procesos comerciales (cadena de valor), en estructuras de costos nacionales e internacionales, trazabilidad y auditoria interna para procesos de productos orgánicos.
 - Se ha diseñado un protocolo de desarrollo de producto y se ha avanzado en el desarrollo de 9 productos alcanzado en el 2014 un valor superior al 70% tomando como referencia un protocolo de 60 puntos.
 - Se cuenta con el protocolo de desarrollo de proveedores diseñado y evaluado a nivel piloto con 4 proveedores de panela y empresas de servicios de clasificación, selección, empaque o mezcla de productos.
- ❖ Cierre de Operaciones Comerciales.
 - ❖
 - Mercados dentro del modelo de integración comercial. Se han logrado generar cierre de operaciones comerciales dentro del modelo de integración productiva con acceso a mercados de almacenes de cadena en el grupo Éxito, iniciado en septiembre de 2014 con panela en pastilla orgánica; CENCOSUD (Almacenes Jumbo y Metro) a final de año se logró tener el primer pedido de la línea fortipanela, panela saborizada y panela orgánica granulada, adicionalmente se ha logrado la codificación de la misma línea en los Almacenes La Favorita de Ecuador, siendo necesario adelantar el cierre de requisitos. En este aspecto se ha logrado la meta de desarrollo de mercado pero los niveles aún son bajos.
 - Se ha logrado la integración de 3 organizaciones de productores de Cundinamarca, Risaralda y Santander a contactos comerciales de

mercados de valor agregado. Con niveles de venta por el orden de 20 ton/mes.

De acuerdo al plan de desarrollo propuesto para el año 2014 se ha logrado un nivel de ejecución consolidado cercano al 90%, de acuerdo al consolidado de seguimiento que se presenta en la tabla 1.

Tabla 1. Consolidado Ejecución Programa Comercial por Indicadores Propuestos

Item	Ítem	Cumplimiento				Observaciones
		Previsto	Real	Desviación	Nivel Cumplido	
1	Identificación de mercados a nivel nacional e internacional.	Ponderado		10%	93%	9,3%
1.1	10 mercados potenciales identificados en canales, almacenes de cadena, mercado institucional, industria de alimentos y mercado internacional.	10	10	0	100%	Se han identificados mercados y gestionado información relevante para su desarrollo. Se destaca gran interés del mercado internacional.
1.2	Mercados identificados con requisitos sistematizados para identificación de productores que pueden cumplir requisitos.	1	1	0	100%	Se han definido requisitos para cada mercado identificado. Brechas en aspectos sanitarios y definición de fichas técnicas.
1.3	Listado de productores identificados a mercados formales y de valor agregado.	1	1	0	100%	Se han priorizado productores para el desarrollo de estos mercados. Es necesario aumentar capacidad de respuesta en productos orgánicos.
1.4	Plan de gestión comercial y de brechas a cerrar para los mercados priorizados.	1	0,7	0,3	70%	Se han definido planes de gestión requieren definir acciones de cierre de brechas y capacidad de respuesta.
2	Apoyo en el diseño e implementación de planes de negocios	Ponderado		25%	78%	19,4%
2.1	Productores priorizados cuentan con evaluación de situación productiva, comercial y de cumplimiento de requisitos para el desarrollo de mercados priorizados.	10	10	0	100%	Se han priorizado 10 organizaciones de productores para integrar a mercados priorizados.
2.2	6 modelos de negocios en desarrollo para los productores.	6	4	2	67%	Cuatro organizaciones cuentan con modelo de negocio diseñado.
2.3	Informe de seguimiento y evaluación al desarrollo del modelo de negocios de 6 esquemas empresariales.	6	4	2	67%	Cuatro organizaciones de productores con acciones de implementación del modelo de negocio.
3	Gestión y apoyo para el desarrollo de proyectos de desarrollo tecnológico o comercial.	Ponderado		25%	138%	34,4%
3.1	4 Modelos desarrollados para Estructuración de costos comerciales, procesos comerciales, trazabilidad y auditoría para uso de las organizaciones vinculadas al plan de negocios del gremio panelero.	4	4	0	100%	Se cuenta con modelos desarrollados en costos (formación de precios), descripción de procesos comerciales, trazabilidad y auditoría interna, para la implementación de las organizaciones priorizadas.
3.2	2 proyectos diseñados para fortalecimiento de la gestión comercial, cierre de brechas, desarrollo tecnológico y aprovechamiento de oportunidades comerciales.	2	4	-2	200%	Se estructuraron 4 proyectos presentándolos a MADR, Convocatoria Corredor Tecnológico, INPULSA, Gobernación de Cundinamarca. Se han aprobado 2 a ejecutar en 2015.
3.3	1 protocolo diseñado y en implementación para 6 productos con destino a los mercados formales y de valor agregado.	6	9	-3	150%	Se cuenta con protocolo diseñado y se ha iniciado proceso de implementación. Es necesario cerrar proceso de desarrollo de productos.
3.4	1 protocolo de desarrollo de proveedores diseñado y en implementación para 4 productores.	4	4	0	100%	Se ha diseñado protocolo y se cuenta con implementación piloto en 4 proveedores.
4	Cierre de Operaciones Comerciales.	Ponderado		40%	67%	26,7%
4.1	3 Nuevos mercados a nivel nacional e internacional alcanzan un volumen de ventas de 60 ton/mes en mercados formales y de valor agregado a través de modelos de integración comercial de COMERPANELA o esquemas empresariales similares.	60	20	40	33%	Se ha realizado cierre de operaciones comerciales en mercados de almacenes de cadena en Almacenes Éxito, Penela, pastilla orgánica, CENCOSUD línea Portañela, saborizada y granulada orgánica, Industria de Alimentos en granolas y aprobación de codificación en La Favorita -Ecuador. El nivel de ventas está por debajo de los 20 ton/mes.
4.2	4 Organizaciones de productores se vinculan a mercados formales y de valor agregado con el apoyo del gremio panelero, alcanzando ventas del orden de 20 toneladas al mes.	20	20	0	100%	3 Organizaciones de Cundinamarca, Boyacá, Risaralda y Antioquia integrados a mercados de valor agregado. Nivel de ventas del orden de 20 ton/mes.
	Consolidado Nivel Ejecución Ponderado				89,7%	

A continuación se presenta un análisis detallado de los aspectos más relevantes de la ejecución del programa comercial durante el año 2014.

1. Identificación de Mercados Nacionales e Internacionales.

Dentro de este componente se adelantan las acciones tendientes a identificar oportunidades comerciales para el gremio para ser desarrolladas dentro del marco del plan del modelo de integración comercial o a través de acciones directas por productores incluidos en el plan de negocios del gremio.

Durante el año 2014 sobresale la ejecución y se logró identificar con alto potencial para el desarrollo de mercados 13 destinos nuevos de exportación, de acuerdo a lo mostrado en la figura 1. Con mercados institucionales (ICBF y Agencia Logística de las Fuerzas Militares), Almacenes de Cadena (Éxito – Cencosud), Industria

(Granolas, barras energéticas, bebidas y panificación) y Procesos de Exportación (Ecuador, Canadá, Alemania, España, USA y Corea)



Figura 1. Mercados Identificados y en los cuales se trabajó durante el año 2014.

Como hitos sobresalientes en el proceso comercial sobresale la gestión realizada a través de atención a clientes potenciales interesados, contactos remitidos por terceros, misiones comerciales, Macrorruedas y Desarrollo de mercados como parte de la gestión del proceso comercial.

Fruto de la gestión realizada con los clientes potenciales se logró consolidar el listado de requisitos o aspectos sobresalientes que exigen los clientes o normatividad o protocolos que exigen.

Dentro de los parámetros que vale la pena destacar como requerimientos para el desarrollo de estos mercados están: la necesidad de consolidar propuestas de precios competitivos; el mejoramiento del estatus sanitario y de inocuidad de las plantas de producción; normalizar o desarrollar fichas técnicas o que contengan atributos de calidad o características técnicas que puedan ser cumplidos; mejorar los aspectos de logística de transporte y empaque.

Complementario a este trabajo se priorizo un listado de productores a abastecer los diferentes mercados priorizados o con mayor potencial de alcanzar el cierre de operaciones comerciales. Como parte de este proceso se logró consolidar un listado de 18 organizaciones. Las cuales cuentan con potencial para desarrollar los diferentes mercados, requiriendo el apoyo técnico y comercial correspondiente.

Tabla 2. Identificación de organizaciones priorizadas durante la identificación y gestión comercial

Departamento	Municipio	NOMBRE PROVEEDOR	Tipo Producto Observaciones
Antioquia	Cisneros	CENTRAL DE MIELES DE NORDESTE	Panela granulada convencional (200 ton/mes) y orgánica (100 ton/mes). A través de proyectos vinculados con COMERPANELA y clientes propios.
	Yolombo	TRAPICHE LA SIBERÍA - Inversiones Doble A SAS	Panela convencional bloque y granulada - servicios logísticos e implementación BPM
Boyacá	San José de Pare	AMCA S.A.S	Panela en bloque y granulada convencional. Mercado masivo y Exportaciones
	Chitaraque	TRAPICHE EL MANA DE LA VEGA	Panela granulada convencional 30 ton/mes. Contactos comerciales de COMERPANELA
Santander	Ocamonte	ASOPROFONCE	Panela en bloque y granulada mercado masivo y potencial exportador.
	Ocamonte	AGROCOL	Panela en bloque y granulada mercado masivo y potencial exportador.
	Barbosa Santander	PANELA COLOMBIA DULCE S.A.S	Panela convencional en Bloque.
Cundinamarca	Bogotá	COMERCIALIZADORA OLIVO VERDE	Panela convencional bloque y granulada - servicios logísticos e implementación BPM
	Guayabal de Siquima	AGROSIQUIMA	Panela bloque orgánica. En proceso de recertificación.
	Nocaima	ASOPROPANOC	Panela bloque y granulada orgánica
	Quipile	JOAQUIN MEDINA	Panela lo que y granulada convencional
Huila	Ismos	ASOPROMACOL	Panela granulada orgánica mercado internacional.
Risaralda	Quinchia	ASOPANELA	Panela en Bloque y granulada, convencional y orgánica. Mercado masivo, exportaciones e industria
	Pereira	PANELA MATECAÑA - GRAN SABOR COLOMBIANO - Ramírez y Compañía SAS	Panela en bloque - Mercado masivo y exportación
Caldas	Manzanares	CORMAPANELA	Panela convencional bloque y granulada.
	Neira	ASOPRONEIRA	Panela convencional bloque y granulada.
Cauca	Cajibío	APC - Asociación Agropecuaria de Productores y Comercializadores Panelera de Cajibío	Panela en Bloque - Mercado masivo
	Bolívar	ASPABOL - Asociación de Productores de Bolívar	Panela en Bloque - Mercado masivo

Con estas organizaciones se ha empezado a trabajar para el cierre de brechas y desarrollo de labores comerciales, apoyando las exigencias de los clientes y generando las estrategias para dar cumplimiento a los requisitos de los clientes. Como estrategia de gremio se ha identificado la necesidad de contar con procesos de acompañamiento integral para que puedan de manera ágil integrarse a estos nuevos mercados.



Fotografía 1. Conocimiento del mercado Canadiense en Misión Financiada por el proyecto CATTRA – IICA. Jun. 2014.

Durante la gestión comercial de estos clientes potenciales y su integración con productores líderes se vuelve a evidenciar la necesidad de invertir o contar con estrategias de acompañamiento integral dado que las condiciones normales de mercado son tradicionales y poco documentadas, es más determinante una labor de gestión del cambio. En estos procesos se ha identificado la necesidad de

contar con programas o apoyos complementarios para mejorar la capacidad de sistematización,

para generar el conocimiento básico de requisitos o normas, y poder evaluar la capacidad de respuesta a requerimientos de los clientes potenciales. Dada esta circunstancia no fue posible darle cumplimiento al 100% de los planes propuestos para el desarrollo de mercados, los cuales se quedaron cortos en el envío de muestras comerciales, consolidación de los requisitos sanitarios, logísticos, de seguridad y de fichas técnicas exigidos por los clientes.

La labor de conocimiento de mercados estuvo facilitada por la gestión comercial directa en almacenes de cadena y contactos con compradores internacionales quienes definen condiciones específicas para el desarrollo de los mercados.

Dada la capacidad de respuesta limitada con que se contó en la primera etapa del año se vieron atrasadas acciones del plan diseñado para gestión y desarrollo de estos clientes.



Fotografía 2. Contacto comercial para el desarrollo de mercado en industria de alimentos en Canadá. Jun 2014

2. Apoyo en Implementación de Planes de Negocios.

Para el desarrollo de los planes de negocios se ha trabajado con el modelo de negocios CANVAS como herramienta para identificar los diferentes escenarios que debe ser desarrollado por los productores y sus organizaciones para el aprovechamiento de oportunidades y el cierre de operaciones con enfoque de sostenibilidad.

Dentro de este contexto se han establecido un primer modelo de negocios a las organizaciones empresariales:

- ❖ Cundinamarca: Olivo Verde, Agrosiquima. Como proveedores del grupo Cencosud y Almacenes Éxito.
- ❖ Boyacá: AMCA SAS. Destinado a panela granulada para mercados industriales o preparación de bebidas instantánea para reconstituir en agua.
- ❖ Santander: Panela Colombia Dulce. Integrándose comercialmente a la comercializadora y productora Tisanas Orquídea.

Dentro de este proceso, con el apoyo de la ingeniera de desarrollo y calidad se presentó la propuesta para consolidar la cadena de valor de COMERPANELA con el objetivo de contribuir con su desempeño a través del entendimiento y gestión de los diferentes procesos y el asumo de roles. Como resultado, se definió la siguiente propuesta de cadena valor:



El cual se propone con UN PROCESO ESTRATÉGICO (Rojo), 3 PROCESOS MISIONALES (Naranja), 5 PROCESOS SOPORTE (Negro), de los cuales 1* Asistencia técnica es el enlace al área técnica de FEDEPANELA.

Para continuar con esta iniciativa es necesario depurar la propuesta inicial para definir / ratificar los procesos y con ello iniciar una fase de revisión de la documentación base para actualizar según la realidad de las operaciones. Definir perfiles, funciones e indicadores de gestión e implementar todo el modelo en aras que en el mediano plazo se posibilite el acceso a una certificación de calidad tipo ISO 9001.

3. Proyectos de Desarrollo Tecnológico y Desarrollo de Mercados.

Dentro de este componente se busca sistematizar el conocimiento generado en la gestión comercial y en las actividades de investigación, para generar propuestas de desarrollo y financiación que den soporte al proceso comercial para los procesos de desarrollo tecnológico, donde se han encontrado dos aspectos importantes, el desarrollo de producto y desarrollo de proveedores.

3.1. Modelos desarrollados.

Como primer elemento que se ha desarrollado con el propósito de facilitar los procesos comerciales y apoyo a los productores son los correspondientes se ha logrado consolidar los siguientes:

- ❖ **Modelos de costos para formación de precios en mercados de almacenes de cadena y exportación, evaluación del proceso comercial, modelo de trazabilidad y auditoria para mercados orgánicos.** Estos procesos que han sido desarrollados a partir de la experiencia propia en la gestión de actividades comerciales y procesos de investigación. Los cuales ya están disponibles para la socialización con productores y organizaciones de productores que estén trabajando en procesos de mercado formal y de valor agregado. El objetivo de socializar esta información es facilitar la gestión de nuevos mercados, permitiendo que los productores y organizaciones tengan costos de transacción bajos de acceder a información útil.
- ❖ **Proyectos de desarrollo tecnológico.** Con el propósito de lograr escalar los procesos comerciales, de integración de productores y de mejoramiento de las condiciones técnicas y sanitarias de producción durante el año 2014 se formularon y gestionaron 4 proyectos:
 - Cierre de brechas sanitarias y de gestión de calidad para acceder a mercados formales y de valor agregado. Se presentaron cerca de 20 versiones a la propuesta al MADR, esperando que sea aprobado para ejecutar durante el año 2015.

- Propuesta de desarrollo metodología para adopción de sistemas de BPM a productores del departamento de Cundinamarca, presentado a la convocatoria de Corredor Tecnológico de Bogotá-Cundinamarca, abierta por el SENA. La propuesta ha venido pasando los filtros del programa y se tiene la expectativa de hacer ejecución durante el año 2015.
- Apoyo a mejoramiento de calidad en procesos comerciales de Cundinamarca, donde se cuenta con el apoyo de la Gobernación para la dotación básica de insumos e implementos para gestión de calidad de proveedores

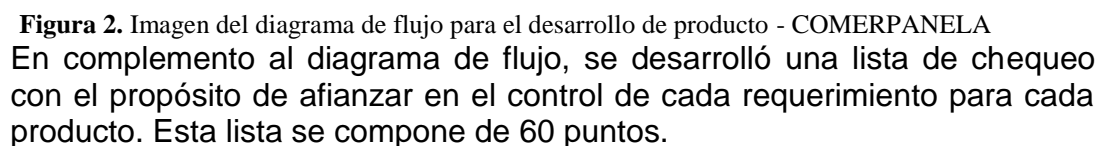
❖ **Protocolo de Desarrollo de Producto.** Como parte de la ejecución del programa de Comercialización del Fondo de Fomento Panelero, se ha identificado la oportunidad de nuevos usos para la panela, bajo las premisas de practicidad, nutrición, rendimiento, sabor e innovación. Como resultado de esta oportunidad, durante el 2014 se inició un proceso de desarrollo de productos, en una fase inicial, ejecutando pruebas a ensayo y error para validar la aceptabilidad de las propuestas iniciales de agregación de valor (adición de leche, quinua, soya, avena, cocoa, sabores, agentes de fortificación). Como conclusión de esta etapa, se encontró viable continuar con el desarrollo de las ideas, por la aceptación manifiesta a los productos.

En complemento al desarrollo preliminar, se identificaron los requisitos técnicos y sanitarios aplicables; indispensables de cumplir por la necesidad de acogerse a la normativa de ley y dar repuesta a los requerimientos de los diferentes clientes.

Dentro de los requisitos técnicos se destacan variables tales como: presentación del producto, nivel de humedad, granulometría, rendimiento, sabores y demás atributos relacionados con aspectos sensoriales, fisicoquímicos y microbiológicos. Así mismo los requisitos sanitarios, asociados con la calidad y confianza en el suministro de la panela (y sus derivados), tras la observancia de exigencias como la aplicación de los principios de las buenas prácticas de manufactura, la prevención de la contaminación cruzada, la idoneidad de equipos, máquinas, utensilios, áreas de producción, el control de procesos, entre otros estipulados en los marcos legales de la Resolución 779 / Decreto 3075 y complementarios.

De acuerdo con lo anterior, surge la necesidad de fortalecer el equipo humano de COMERPANELA con la vinculación de un profesional con experiencia en la creación de nuevos productos, gestión de la calidad y de la producción del sector de alimentos, preferiblemente con conocimiento en el sector panelero para continuar los desarrollos con criterio y conocimiento

Con el propósito de hacer claridad en las implicaciones técnicas y legales, se desarrolló un diagrama de flujo donde se evidencian las principales actividades, las cuales van desde la investigación de los requerimientos del mercado hasta la compilación de toda la información del desarrollo, pasando por la ejecución de pruebas a escala de planta, y trámites INVIMA.



CONVENIONES		COMPLETOS 100%										100%
		Parcial (% de avance)										XX%
		Sin comenzar 0%										0%
		No aplica el requerimiento										100%
LISTA DE CHEQUEO DESARROLLO DE PRODUCTO												
REQUERIMIENTO		COMENTARIOS	FORTIPANELA LECHE - ADULTOS	FORTIPANELA & LECHE - NIÑOS	FORTIPANELA & ATENA	FORTIPANELA & COCOA	FORTIPANELA & SOYA	FORTIPANELA & QUINUA	PANELA SUPERDADA	PANELA ORGÁNICA	FORTIPANELA & FICULA DE MAÍZ	FORTIPANELA & TE
56	Definir codificación interna del producto y formulación definitiva en listado maestro.	Definir código de las formulaciones acordadas para el control del listado maestro.	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
57	Definir codificación interna de las presentaciones del producto en listado maestro.	Definir código de las presentaciones de producto para la emisión de ordenes de producción (código de barras).	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
58	(Si aplica) Solicitar registro sanitario a proveedores.	El registro sanitario es producto a convenienciar en el desarrollo comercial.	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
59	(Si aplica) Solicitar concepto sanitario a proveedores y/o certificación orgánica.	Solicitar concepto sanitario de producto a convenienciar en el desarrollo comercial.	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	80%	0%	0%
60	Organización de carpeta física y digital con soporte del desarrollo	Completar toda la información del desarrollo para la organización de carpeta en medio físico (en archivo controlado) y digital (con libros de documentos firmados).	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL PROMEDIO DE AVANCE POR PRODUCTO			34%	20%	27%	27%	27%	35%	63%	21%	18%	
PROMEDIO GENERAL			30%									

Figura 3. Imagen de la lista de verificación para el control del desarrollo de producto – COMERPANELA – AGO 2014

La citada lista de verificación fue auto-evaluada para el mes de agosto, encontrando un promedio de 30% de avance en el desarrollo para 10 productos, atribuible en gran medida a la existencia de formulaciones base, el preliminar de diseños gráficos, proveedores de materias primas y de materiales de empaque principalmente.

Tras análisis del estado del desarrollo preliminar, las actividades se enfocaron en la elaboración de la tabla nutricional de todos los productos y la revisión del rotulado general en los diseños gráficos base. De igual manera en la revisión del trámite INVIMA inicial, la elaboración y prueba de las formulaciones para la determinación de ajustes y el análisis preliminar de la información requerida para la elaboración de las fichas técnicas de producto terminado.

Durante el mes de septiembre, se continuaron las actividades propuestas para el **desarrollo de producto**, según lo establecido en la lista de verificación, con la revisión de artes gráficos, validación de códigos de barra y la proyección de cambios para el ajuste de las formulaciones. Así mismo se prestó apoyo en la revisión / actualización del rotulado de la panela orgánica en las diferentes presentaciones (cliente: DAVAR) con destino al mercado de los Estados Unidos para dar cumplimiento a la legislación de ese país.

Se inicia la revisión de los requerimientos exigidos en Ecuador para el negocio potencial con la cadena de supermercados “LA FAVORITA” encontrando la necesidad de invertir en el análisis de laboratorio para la determinación de las variables fisicoquímicas de 4 productos, el estudio de vida útil y el trámite de registros sanitarios en ese país (uno por producto) para dar vía libre a la negociación.

Durante el mes de octubre, las actividades giraron en torno a la elaboración del trámite de modificación del registro sanitario de los productos y con ello la elaboración de 50 fichas técnicas y un cuadro de control de formulaciones. De igual manera en la revisión de los ajustes en los artes gráficos de los diferentes productos, la valoración de nuevos proveedores de materias primas para la mejora de las formulaciones de panela saborizada y línea fortipanela.

Durante el mes de noviembre, se realiza la revisión para modificación de las formulaciones de FORTIPANELA LECHE, FORTIPANELA COCOA, FORTIPANELA QUINUA, FORTIPANELA SOYA y SABORIZADAS con el fin de mejorar su percepción sensorial.

Como resultado, se encontró que la composición de las fórmulas modificadas cambiaron un promedio de 30% respecto de la fórmula inicial y tras análisis de costo se observaron ahorros en la línea SABORIZADA y FORTIPANELA COCOA, pero costos mayores en los demás productos. Sin embargo y tras la generación de un promedio, se observa que hay un ahorro global del 3.5% aproximadamente lo que hace viable la ejecución de los cambios, teniendo en cuenta que es fundamental garantizar un buen sensorial de producto y calidad en las materias primas y con ello la recompra del producto.

Durante el mes de diciembre se revisa el estado de avance en las actividades asociadas con el **desarrollo de producto**, encontrando el siguiente panorama a cierre de 2014:

Ilustración 1 Imagen de la lista de verificación para el control del desarrollo de producto – COMERPANELA – DIC 2014

CONVENCIONES		Completado 100%										100%	
		Parcial (% de avance)										XX%	
		Sin comenzar 0%										0%	
		No aplica el requerimiento										100%	
LISTA DE CHEQUEO DESARROLLO DE PRODUCTO													
REQUERIMIENTO	COMENTARIOS	PRODUCTOS											
		FORTIPANELA LECHE - ADULTOS	FORTIPANELA LECHE - NIÑOS	FORTIPANELA Avena	FORTIPANELA COCOA	FORTIPANELA SOYA	FORTIPANELA QUINUA	PANELA SABORIZADA	PANELA ORGANICA	FORTIPANELA & FÉCULA DE MAÍZ	FORTIPANELA & TÉ		
55	Solicitar impresión de etiquetas/empaques/embalajes	Solicitar impresión de etiquetas, empaques, etc. embalar, según los volúmenes de producción	30%	0%	30%	30%	30%	30%	30%	90%	0%	0%	
56	Definir codificación interna del producto y formulación definitiva en listado maestro	Definir código de los datos internos	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	0%	50%	50%	
57	Definir codificación interna de las presentaciones del producto en listado maestro	Definir código de los presentaciones del producto para la emisión de orden de producción	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
58	(Si aplica) Solicitar registro sanitario a proveedores	Solicitar registro sanitario de proveedores	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
59	(Si aplica) Solicitar concepto sanitario a proveedores y/o certificación orgánica	Solicitar concepto sanitario de proveedores	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	80%	0%	0%	
60	Organización de carpeta física y digital con soporte del desarrollo	Completar toda la información del desarrollo para la organización de la carpeta en medio físico (en archivo controlado) y digital (en archivo de producción)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
TOTAL PROMEDIO DE AVANCE POR PRODUCTO			52%	40%	45%	45%	42%	42%	50%	81%	37%	29%	
PROMEDIO GENERAL			46%										

Figura 4. Lista de verificación para el control del desarrollo de producto – COMERPANELA – DIC 2014

Se encuentra que en promedio los desarrollos al mes de diciembre están en un 46% y que la velocidad de progreso ha estado limitada por el flujo de caja para la ejecución de los análisis de laboratorio y dificultades para el cierre efectivo de los diseños gráficos, así mismo por no contar con el cierre definitivo del contrato con el maquilador de los productos de la línea FORTIPANELA (Sytal), el cual a esa fecha se encontraba en su estudio y firma.

Se continuó el trabajo con el proveedor COMARBEL para la impresión de los artes gráficos de todos los productos, así mismo el trabajo con el diseñador gráfico para la elaboración de los artes del producto FORTIPANELA LECHE en presentación institucional.

Se inicia proceso de cotización de materias primas e insumos para la proyección de venta con la cadena CENCOSUD y se elabora un formato de proyección en el cual se enlazan las formulaciones de cada referencia, junto a los pedidos potenciales e inventarios previos tanto de materias primas como de productos terminados para la determinación de las necesidades de compra.

PRODUCTO		FORMULA COMERCIAL PROYECTADA	FORMULA COMERCIAL ACTUAL	FORMULA COMERCIAL PROYECTADA	FORMULA COMERCIAL ACTUAL	FORMULA COMERCIAL PROYECTADA	FORMULA COMERCIAL ACTUAL	FORMULA COMERCIAL PROYECTADA	FORMULA COMERCIAL ACTUAL
NOMBRE		FORMULA COMERCIAL PROYECTADA	FORMULA COMERCIAL ACTUAL	FORMULA COMERCIAL PROYECTADA	FORMULA COMERCIAL ACTUAL	FORMULA COMERCIAL PROYECTADA	FORMULA COMERCIAL ACTUAL	FORMULA COMERCIAL PROYECTADA	FORMULA COMERCIAL ACTUAL
FAMILIA PRODUCTOS	1. Cereal	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	2. Bar Pan de Azúcar	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	3. Cereal con leche	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	4. Bar de chocolate	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	5. Bar de chocolate con leche	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	6. Bar de chocolate con leche y frutos secos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	7. Bar de chocolate con leche y frutos secos y frutos secos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	8. Bar de chocolate con leche y frutos secos y frutos secos y frutos secos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	9. Bar de chocolate con leche y frutos secos y frutos secos y frutos secos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	10. Bar de chocolate con leche y frutos secos y frutos secos y frutos secos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
FAMILIA PRODUCTOS	1. Cereal	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	2. Bar Pan de Azúcar	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	3. Cereal con leche	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	4. Bar de chocolate	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	5. Bar de chocolate con leche	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	6. Bar de chocolate con leche y frutos secos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	7. Bar de chocolate con leche y frutos secos y frutos secos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	8. Bar de chocolate con leche y frutos secos y frutos secos y frutos secos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	9. Bar de chocolate con leche y frutos secos y frutos secos y frutos secos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	10. Bar de chocolate con leche y frutos secos y frutos secos y frutos secos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

Figura 5. Vista preliminar proyección de compras para producción – COMERPANELA.

Como resultado, se define el presupuesto de compra para la elaboración del primer pedido de CENCOSUD más un stock de seguridad. Esta labor de proyección fue en segunda instancia delegada al operador logístico quien la ha continuado a la fecha.

Así mismo se trabaja en la mejora de las fichas técnicas de los productos terminados con el fin de darle una presentación más comercial, obteniendo como resultado:



Figura 6. Vista General de las Fichas Técnicas Desarrolladas ara la línea Fortipanela – COMERPANELA.

- ❖ **Desarrollo de Proveedores.** Dentro de este aspecto se dio prioridad a la generación de un instrumento de evaluación de infraestructura y procesos de acuerdo con los requerimientos del Decreto 3075/97 para determinar el grado de cumplimiento de los maquiladores potenciales de los productos.

CATEGORÍA DE EVALUACIÓN		CATEGORÍA DE EVALUACIÓN	
1	2	3	4
1.1	La planta está ubicada en un lugar alejado de focos de contaminación o contaminación (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	1	
1.2	La construcción es resistente al medio ambiente y a prueba de plagas (aves, insectos, roedores, etc.) (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	0	Presencia de alfileres que puedan permitir el acceso de plagas.
1.3	La planta presenta aislamiento y protección contra el libre acceso de animales o personas (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	0	Ver observaciones numeradas 1.2.
1.4	Las áreas de la fábrica están totalmente separadas de cualquier tipo de vivienda y no son utilizadas como dormitorio (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	1	
1.5	El funcionamiento de la planta no pone en riesgo la salud y bienestar de la comunidad (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	1	
1.6	Los accesos y alrededores de la planta se encuentran limpios, de materiales adecuados y en buen estado de mantenimiento (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	1	
1.7	Se controla el crecimiento de malezas alrededor de la construcción (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	1	
1.8	Los alrededores están libres de agua estancada (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	1	
1.9	La planta y sus alrededores están libres de basura, objetos en desuso y animales domésticos (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	0	Presencia de ratones y/o de otros animales que puedan permitir el acceso de plagas.
1.10	Las puertas, ventanas y celosías están protegidas para evitar entrada de polvo, lluvia e ingreso de plagas (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	0	Ver observaciones numeradas 1.2.
1.11	Existe clara separación física entre las áreas de oficinas, recepción, producción, laboratorio, servicios sanitarios, etc. que evita la contaminación cruzada (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	1	
1.12	La edificación está construida para un proceso industrial (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	1	
1.13	Las tuberías de agua potable y no potable se encuentran identificadas por colores (ver: <i>Decreto 3075/97</i>).	N.A.	Se encuentran empalmados.
1.14	Se encuentran claramente señalizadas las diferentes áreas y secciones en cuanto a acceso y circulación de personas, servicios, seguridad, salidas de emergencia, etc.	0	Las tuberías de la línea de agua potable no están identificadas por colores.
TOTAL CUMPLE		9	
TOTAL NO CUMPLE		5	
TOTAL NO APLICA		1	
TOTAL NO OBSERVADO		0	
NUMERICAMENTE		13	
(SI CUMPLE INSTALACIONES FISICAS)		61%	
(SI NO CUMPLE INSTALACIONES FISICAS)		39%	

Figura 5. Vista de la lista de chequeo de evaluación de proveedores bajo requisitos Decreto 3075/97 - COMERPANELA

La lista anterior, evalúa un total de 19 secciones con un total de 139 criterios, la cual fue aplicada el día 16 de agosto en las instalaciones de PROLACOL S.A.S, ubicada en el municipio de Cota, cuyo objeto social principal corresponde a la elaboración de mezclas y aditivos para el sector alimenticio. Esta aplicación con el propósito de evaluar su estatus sanitario, como requisito para ser maquilador de la línea de productos de COMERPANELA.

Como resultado de esa inspección se obtuvo el siguiente resultado:

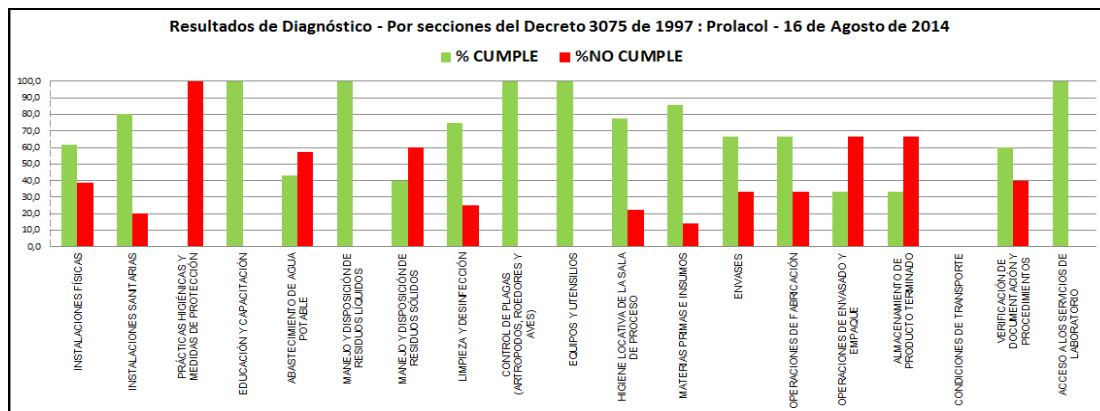


Figura 6: Resultados diagnóstico preliminar proveedor PROLACOL S.A.S

Para un promedio de cumplimiento del 68%, debiendo corregir factores asociados con el acabado de los materiales de paredes y pisos del área de producción, la hermeticidad de puertas, actualización de programas y registros principalmente. Posterior a la visita se realizó el correspondiente plan de trabajo para que el Proveedor potencial realizara los ajustes pertinentes con el fin de continuar en el proceso de desarrollo.

De igual manera al caso anterior, se realizó visita al Proveedor COMERCIALIZADORA OLIVO VERDE, obteniendo el siguiente panorama:

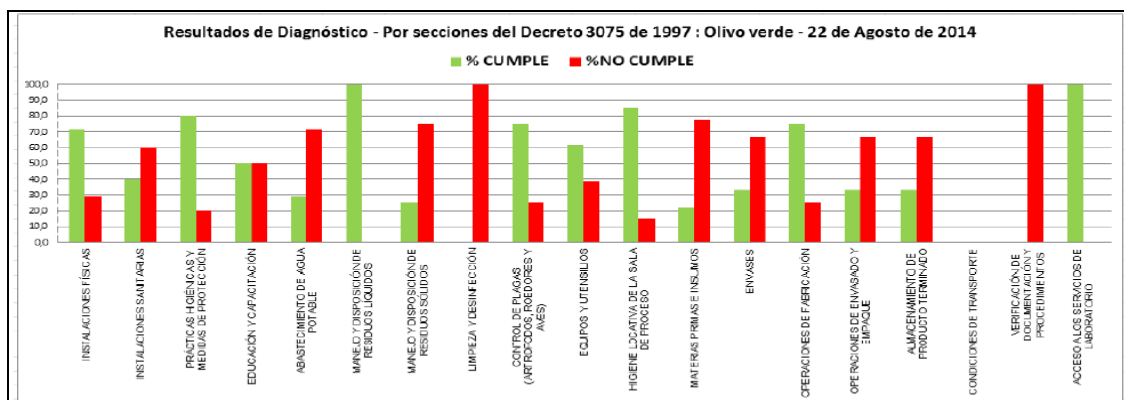


Figura 7. Resultados diagnóstico preliminar proveedor COMERCIALIZADORA OLIVO VERDE

Para un promedio de cumplimiento del 50%, en gran medida por factores asociados a la documentación de las actividades y de los programas requeridos para validar las buenas prácticas de manufactura. En relación con infraestructura los ajustes no fueron considerables. Posterior a la visita

se realizó la lista de acciones requeridas para que el Proveedor realizara los ajustes pertinentes.

De igual manera y en contribución al desarrollo de estos proveedores se elaboró un modelo de contrato de maquila en el que se establecieron entre otras, las responsabilidades técnicas y las obligaciones de las partes, para que fuera revisado y ajustado por el abogado de FEDEPANELA.

Durante el mes de septiembre se inició un proceso con el cliente GAT de California, interesado en la generación de una lista de verificación para validar el cumplimiento de los requisitos de calidad en los trapiches / central de mieles según las exigencias de la normativa estadounidense. Como resultado se creó una lista similar a la de evaluación de requisitos del Decreto 3075 y se complementó con los requerimientos adicionales de calidad (énfasis en los procedimientos de trazabilidad, retiro de producto, manejo de quejas y reclamos, principalmente), así como un esbozo para la evaluación de la norma orgánica en cultivos.

Se prepara e imparte capacitación a productores del departamento de Boyacá en los requisitos básicos para la comercialización de la panela en los diferentes mercados y la principal problemática encontrada.

Para el mes de octubre se elabora el análisis de requerimientos para un kit rápido de calidad, visita al proveedor potencial FAMEZ y el proveedor SOLUCIONES INSTITUCIONALES localizados en la ciudad de Medellín para validar su inclusión dentro del portafolio de maquiladores. Esto con el objetivo de realizar la producción en una región diferente a la capital como apoyo y con ello favorecer el suministro de los productos a la costa norte y cercanías en pro de optimizar costos.

Como resultado, se encuentra voluntad de participar en el proceso de desarrollo, siendo necesario que FAMEZ adelantara (entre otros) mejoras locativas para la separación de áreas, el control de material particulado, mejoras en el manejo de residuos y actualizara su concepto sanitario a la nueva planta por su reciente traslado. Se solicitó el envío de cámara de comercio y documentos complementarios sin que a la fecha se recibiera por medio físico ni electrónico.

En relación con SOLUCIONES INSTITUCIONALES, la brecha en tema de infraestructura era menor, siendo necesario actualizar algunos programas asociados con las Buenas prácticas de manufactura y la actualización de su concepto sanitario. A la fecha, no se ha continuado el proceso de desarrollo de estos proveedores.

Así mismo y por estadía en la ciudad de Medellín, se visitó la planta de CENTRAL DE MIELES DE NORDESTE para conocimiento de las instalaciones, proceso y acompañamiento en el recibo de auditoría para renovación de su certificación orgánica, verificando el orden y limpieza de todas las áreas para la toma de correctivos, la conformidad en la trazabilidad de la información y la disponibilidad de la documentación previo a la visita.

Como resultado de la auditoría se emitieron en el mes de noviembre las no conformidades a resolver, un total de 28, de las cuales 12 se asocian a cultivos, 10 asociadas a la central de mieles y 6 asociadas a los trapiches proveedores, en gran medida relacionadas con la geo-referenciación de fincas y lotes, actualización de reglamentos internos, ajuste en el rotulado de los productos entre otros. Estos requerimientos fueron organizados en una lista de Excel con asignación de responsables y fechas. Estas no conformidades se orientaban al cumplimiento de la norma orgánica de Corea, estando pendiente de notificar las acciones correctivas de las normas de los Estados Unidos y de Europa.

Para el mes de noviembre se inicia trabajo con el proveedor EMPAFLEXCO para la definición de los artes definitivos de los diferentes productos en desarrollo, con el propósito de generar empaques pre-impresos en policromía. Se coordinó con el proveedor potencial PROLACOL, la ejecución de pruebas piloto para la producción de FORTIPANELA LECHE y determinar el comportamiento de las mezclas con el fin de establecer las variables a considerar en la producción real.

Se inició trabajo con el proveedor COMARBEL con el fin de tener los artes gráficos de los diferentes productos listos para la impresión de etiquetas.

En este mes, se realizó visita a un proveedor potencial a desarrollar como maquilador localizado en Bogotá, el cual de acuerdo a un análisis previo contaba con mejor infraestructura, procesos y experiencia que el inicialmente evaluado (PROLACOL). De ahí la coordinación de visita para determinar su estatus sanitario e interés de participar en el proceso de desarrollo.

Este proveedor se llama SERVICIO Y TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS - SYTAL, es una empresa familiar, creada en febrero de 2013, especializada en la producción de mezclas alimenticias en polvo, análisis sensorial y consultoría en el desarrollo de productos alimenticios. Cuenta con una bodega de 250 m² adaptada 100% para las necesidades técnicas y

sanitarias del proceso. La empresa se encuentra a cargo de profesionales del área química y de alimentos.

Se resalta el conocimiento y experiencia de esta empresa, las cuales se evidenciaron en el orden y manejo de los documentos de calidad, (hay notables avances en materia de requisitos de ISO 9001 e ISO 22000, aun cuando no están certificados), así mismo de las buenas condiciones de infraestructura, equipos y distribución de planta. Actualmente el equipo de trabajo es de 4 personas, y su capacidad de planta según lo manifestado por quién atendió la visita ocupa cerca de un 20%. El cuello de botella del proceso se evidencia en la operación de mezclado, al contar con un equipo de 30 kg de capacidad, que permite en promedio un bache de producción cada 45 minutos según las características del producto. Por el momento operan un turno de lunes a viernes, pero no hay restricción de ampliar y vincular más personal según las necesidades de producción.

Como resultado de esa inspección se obtuvo el siguiente resultado:

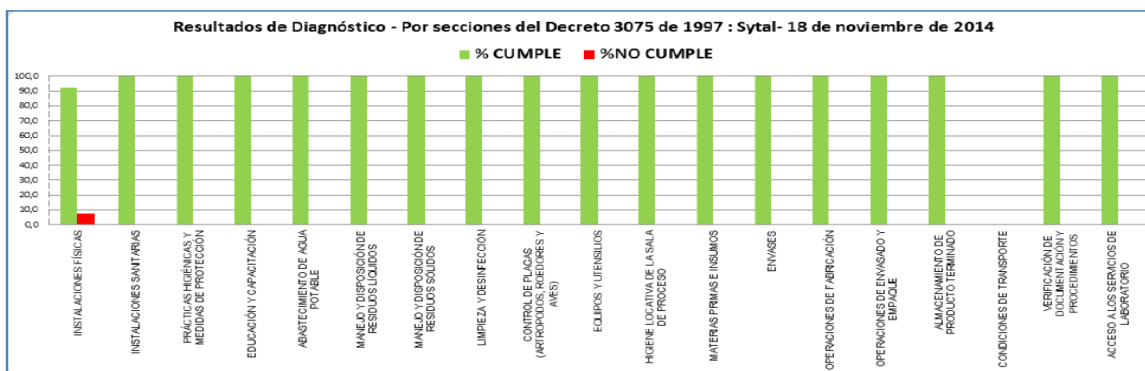


Figura 8. Resultados diagnóstico preliminar proveedor SYTAL

Encontrando un 99% de cumplimiento y por lo tanto su habilitación automática para continuar el proceso. De ahí que la Dirección Comercial haya empezado un proceso para la firma de un acuerdo técnico y comercial con este proveedor, el cual se firmó en el mes de Enero de 2015.

Actualmente, SYTAL es el maquilador de los productos de la línea FORTIPANELA y OLIVO VERDE de la línea saborizada y orgánica.

Durante el mes de diciembre se visualiza la necesidad de categorizar los productores de panela según el grado de cumplimiento de diferentes

marcos de calidad. Para lo anterior nace la idea de generar un símil con el karate y la asignación de cinturones de diferente color. En este caso, se busca crear cultura de la calidad y de la necesidad de ver la producción panelera bajo la óptica “internacional”, teniendo en cuenta el rezago que en este sentido tenemos en nuestro país, en relación con otros como ECUADOR, COSTA RICA y PERÚ, los cuales han sabido aprovechar nuestra tecnología y conocimiento, pero han apropiado de mejor manera la necesidad de trabajar aplicando las Buenas prácticas de manufactura y el control de procesos, logrando más fácilmente su acceso a los nuevos mercados.

De igual manera se identifica la necesidad de implementar en la Federación, programas orientados a trabajar en la “GESTIÓN DEL CAMBIO”, es decir en el diagnóstico y creación de estrategias para abordar a los diferentes productores paneleros (pequeños, medianos, grandes) con el fin que la labor técnica sea asimilada de mejor manera ante el cambio de hábitos, costumbres y modos para la producción de la panela, que en muchos casos se realiza sin atender a requerimientos mínimos, en parte por la cultura de nuestros campesinos y/o productores de “siempre lo he hecho así”.

Producto de esta necesidad, se establece comunicación con un experto (Magíster) en GESTIÓN DEL CAMBIO y comportamiento humano/organizacional, quien recomienda la ejecución de un proyecto de diagnóstico para la caracterización de las culturas (y microculturas) en las zonas paneleras e iniciar la implementación de estrategias de sensibilización y capacitación orientadas al cambio gradual y sostenido de las creencias populares que frenan la competitividad.

Por lo anterior, y en el rol del trabajo de desarrollo de proveedores (y de gestión de calidad), es conveniente que se trabaje estos temas asociados al comportamiento humano, de manera que los programas y prácticas de calidad a implementar sean realmente asimiladas por el productor y con ello el **mejoramiento** sea sostenible.

4. Cierre de Operaciones Comerciales.

Como resultado de la labor comercial se han concretado negociaciones y codificaciones con los siguientes clientes:

- ❖ **CAFAM.** Se ha iniciado proceso de entrega de panela en bloque convencional y panela granulada para abastecimiento de servicios de

alimentación en instituciones de educación del distrito. Esta codificación del modelo de integración productiva de Comerpanela busca integrar a productores de Cundinamarca, Boyacá y Santander.

- ❖ **ALMACENES ÉXITO.** Se ha logrado la codificación de la panela en pastilla orgánica IBI, con proveeduría priorizada de AGROSIQUIMA y ASOPROPANOC en Cundinamarca, Central de Mieles de Quinchia en Risaralda y Central de Mieles del Nordeste en Antioquia. Constituyéndose en el único proyecto que vincula producción orgánica y tiene una



Fotografía 3. Exhibición Almacenes Éxito
Panela Orgánica IBI. Diciembre 2014

intencionalidad clara de vinculación de productores para que desarrollen habilidades para el mercado

internacional. Para el mes de diciembre se enfrenta la problemática que los procesos de certificación de Agrosiquima, Asopropanoc y Central de Mieles de Cisneros lo que no ha permitido desplegar una estrategia agresiva en mercadeo, adicionalmente se han presentado problemas de calidad reafirmando la necesidad de consolidar las acciones de desarrollo de proveedores y de producto.

- ❖ **CENCOSUD.** Se ha logrado la codificación de 11 productos de las líneas de Fortipanela Doy pack, saborizada doy pack y PET y panela granulada orgánica IBI en Doy Pack y PET. Codificación nacional que busca dinamizar la categoría de bienestar mostrando alternativas para desarrollo de mercados de panela mezclas, en su momento los encargados de compras y mercadeo de CENCOSUD piden exclusividad para dar dinámica en góndolas o exhibición en almacenes tipo Pareto (tiendas donde se presenta la mayor rotación de la categoría y jalonan los mayores volúmenes de venta)
- ❖ **CORPORACIÓN LA FAVORITA – ECUADOR.** Dentro de la misma categoría, se recibió codificación de los productos de los productos Fortipanela Quinua, soya y avena, así como saborizada frutos rojos en Doy pack, dado que los requisitos sanitarios son de mayor exigencia, se espera tener la documentación para los cuatro primeros meses del año 2015 e iniciar el proceso comercial.
- ❖ **BIOALIMENTACIÓN COLOMBIA.** Con esta compañía se ha dado inicio al proceso de exportación con un proceso de 3 toneladas para Santiago de

Compostela, buscando llegar con “panela orgánica Sarita”, marca propia de la firma precitada y panela convencional a granel. Este proceso busca abastecer industrias y tiendas de conveniencia del mercado del bienestar o productos orgánicos. Dado un cambio en las condiciones comerciales del cliente quien solicito entrega o Bodega del cliente el proceso de exportación se demoró cuatro meses más de lo presupuestado.

- ❖ **ANTARDICO.** Se logró adelantar codificación con esta firma que elabora granolas y está desarrollando además barras energéticas, a pesar de lograr un desarrollo productivo y entregar producto que fue bien evaluado durante los dos primeros meses, después del tercer mes se presentaron problemas por presencia de sedimentos e impurezas que hicieron perder este proceso de codificación.
- ❖ **INTEGRACIÓN COMERCIAL CON FIRMAS DISTRIBUIDORAS.** Dentro de este proceso se logró el trabajo en algunos aspectos básicos de los aspectos sanitarios, clasificación, selección y empaque, para que la empresa PANELA COLOMBIA DULCE SAS se convirtiera en proveedor de una de las más importantes distribuidoras de panela en almacenes de cadena, llegando a un promedio de 20 ton/mes en panela en bloque.

----- RETOS AÑO 2015 -----

- ❖ Concluir con el 100% de los desarrollos de los productos:
 - FORTIPANELA LECHE
 - FORTIPANELA COCOA
 - FORTIPANELA QUINUA
 - FORTIPANELA AVENA
 - FORTIPANELA SOYA
 - LINEA ORGANICA IBI
 - SABORIZADA LIMON
 - SABORIZADA MARACUYA
 - SABORIZADA FRUTOS ROJOS
- ❖ Desarrollar (2) nuevos productos, de forma tentativa NATILLA y TE.
- ❖ Generar un acuerdo técnico y comercial con un aliado para la producción de las referencias de interés para el mercado de ECUADOR.
- ❖ Generar un acuerdo técnico y comercial con un aliado para la producción de bebidas líquidas a base de panela.

- ❖ Fortalecer al proveedor SYTAL para el aumento de su capacidad de producción.
- ❖ Fortalecer al proveedor OLIVO VERDE en el manejo administrativo y técnico de la documentación asociada con las Buenas Prácticas de Manufactura.
- ❖ Desarrollar cuarenta (40) proveedores de panela con el cumplimiento de los requisitos exigidos en la Resolución 779 de 2006 y obtener su concepto favorable por parte del INVIMA.
- ❖ Desarrollar diez (10) proveedores de panela con el cumplimiento de los requisitos exigidos en la Resolución 2674 de 2013 y obtener su concepto favorable por parte del INVIMA.
- ❖ Desarrollar y consolidar 50 modelos de negocios para las organizaciones que se prioricen para mercados formales y de valor agregado.
- ❖ Desarrollar e implementar la iniciativa de diagnóstico e implementación de planes de trabajo de acuerdo con los diferentes niveles de calidad (Cinturones).
- ❖ Establecer vínculos con entidades tales como CORPOICA-SENA-CIMPA-UNIVERSIDADES para la emisión de documentos técnicos unificados y orientados a capacitar/sensibilizar a los productores sobre la aplicación de buenas prácticas de manufactura: cartillas con información asociada a los programas de limpieza y desinfección, control de plagas, capacitación, prácticas de higiene, materiales de construcción para la industria panelera, entre otros.
- ❖ Desarrollar un programa de capacitación al área técnica sobre la importancia y estrategias de **GESTIÓN DEL CAMBIO** que se pueden implementar de manera rápida en sus visitas de campo.
- ❖ Alcanzar un volumen de ventas para mercados de valor agregado del orden de 140 ton/mes. Para canales institucionales, industria, almacenes de cadena y exportación.
- ❖ Avanzar en la documentación e implementación de la cadena de valor de COMERPANELA.
- ❖ Gestionar dos proyectos de desarrollo tecnológico y uno de financiación para el fortalecimiento del modelo comercial gremial.

Para finalizar el informe y producto del trabajo de los primeros cuatro meses, se presenta el siguiente análisis DOFA:

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Falta de instrumentos de medición para la valoración de atributos básicos tales como % de humedad, granulometría, sedimentos, color y con ello falta de criterios técnicos para la compra y aprobación de la panela. Problemas de calidad de Panela (Hongos, exceso de humedad, apelmazamientos, exceso de sedimentos, materiales extraños) Desconocimiento de los productores sobre cómo aplicar eficazmente la Resolución 779. Concepción de la producción de panela como "Elemento" pero no como alimento. Infraestructura de trapiches/Centros de producción de panela en mal estado. Falta de continuidad y eficacia en la aplicación de los requisitos básicos de higiene: programa de limpieza y desinfección, control de plagas, dotación del personal, lavado de manos, principalmente. Baja escolaridad de los productores – manejo administrativo y de costos. Limitaciones económicas para el mejoramiento de trapiches/centros de producción. Estudios científicos elaborados por diferentes entidades que no se conocen o articulan de manera eficaz para dar solución a las diferentes problemáticas encontradas en el sector. Lucro cesante de los trapiches (pocas moliendas al año) Resistencia al cambio. 	<ul style="list-style-type: none"> Factibilidad en opciones de agregación de valor y diferenciación de la panela. Aceptación sensorial de la panela y sus derivados. Mercados identificados e intenciones comerciales reales. Conciencia de la necesidad de apoyar el trabajo en sistemas de calidad por parte del Ministerio de Agricultura, del cual se espera la aprobación de recursos para el fortalecimiento de productores seleccionados en el cumplimiento de requisitos de Resolución 779 y complementarias. Reconocimiento de marca COMERPANELA y FEDEPANELA. Mejora de ingresos para el sostenimiento y rentabilidad de la operación de COMERPANELA
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Grupos de productores receptivos a formar asociaciones Compromiso de la Dirección comercial de COMERPANELA y Gerencia de FEDEPANELA en el fortalecimiento de los temas asociados con la gestión de la calidad en la producción de panela y derivados. Campañas de medios para la promoción al consumo, fortalecen el programa comercial y con este se incentiva la producción y el desarrollo de nuevos usos para la panela. Proveedores de maquila con experiencia e infraestructura para la producción. Beneficios nutricionales y practicidad de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> Bajos precios de la panela Población juvenil emigra de los campos y se disminuye la fuerza laboral Limitada asistencia técnica por bajo número de profesionales en campo. Limitación de recursos públicos para el incentivo del sector. Restricciones técnicas para el acceso a mercados externos (ejemplo: exceso de acrilamidas, falta de certificaciones) Competencia desleal tras la entrada al mercado de los nuevos productos.

5. PROGRAMA ACUERDO DE COMPETITIVIDAD - SECRETARIA TECNICA DE LA PANELA Y COMISION NACIONAL DE VIGILANCIA

A continuación se citan los ejes de los planes de acción tanto de la Cadena como de la Comisión Nacional de Vigilancia para la Calidad de la Panela, frente a los cuales se han desarrollado acciones, así: (Ver detalle informes trimestrales entregados)

- A.** Para apoyar la solicitud de incremento del arancel para las importaciones de azúcar provenientes de Bolivia, se realizó un documento por parte de ST de la Cadena el cual buscó sustentar técnicamente desde la óptica del sector panelero la conveniencia de incrementar el arancel aplicable soportando analíticamente porque cualquier cambio en las condiciones de producción y/o comercialización de la panela a nivel nacional constituye un grave riesgo para el bienestar de miles de familias del país, quienes están vinculados directa ó indirectamente a la actividad panelera.

Este documento se centró especialmente en la amenaza de uso de azúcar para la producción de panela, la baja en los precios internos de la panela por correlación de precios y el desplazamiento de consumo de la panela frente a otros endulzantes (azúcar).

Este escrito fue usado como insumo en el documento técnico entregado por el Ministerio de Agricultura para el AAA y reposa en el archivo de la Cadena para su posterior uso. Infortunadamente el mencionado Comité no accedió a la solicitud realizada por el MADR.

- B.** En el marco de los compromisos emanados del Comité del Codex, la STC¹ se ha encargado de gestionar lo referente a la identificación del ingrediente activo presente en los mucilagos naturales utilizados en la producción de panela. En ese sentido a continuación se resumen las actividades realizadas a este respecto las cuales han sido dadas a conocer a los miembros del Comité oportunamente:

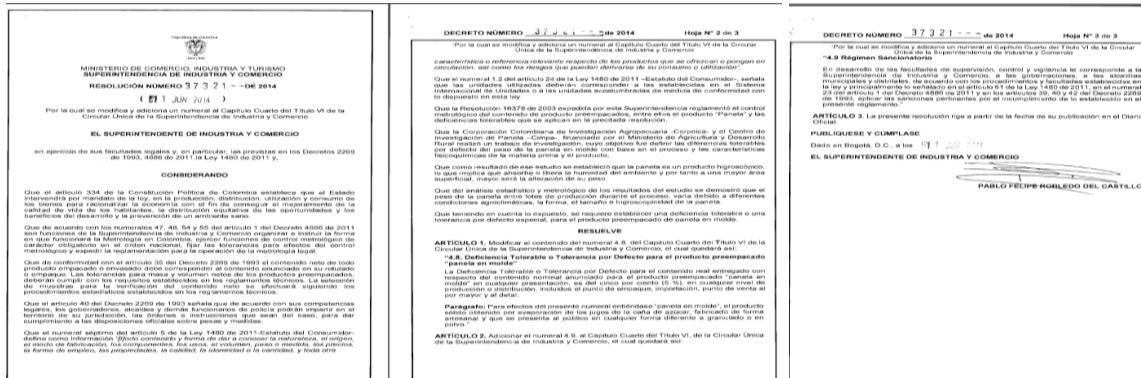
- Considerando que en principio se pensó estar ante la identificación de un polímero, proceso que no es fácil y requiere de equipos de alta tecnología, además de considerar que no todos los laboratorios cuentan con dichos equipos, se contactó a los laboratorios de las universidades, al Centro de Laboratorios e incluso a laboratorios privados donde pudieran identificar tanto el monómero como el polímero, encontrando que solo en la UIS,

¹ Secretaria Técnica de la Cadena

gracias a un Proyecto desarrollado por esta Universidad y Colciencias, cuenta en la actualidad los dos equipos de espectrometría requeridos para tal propósito. Cabe anotar que esta búsqueda de los equipos no se realizó en exterior porque aún no se cuenta con una metodología de conservación de la disolución floculante, que nos permita conservar la solución por más de 6 horas y garantizar la no alteración del producto.

- Paralelamente se consiguieron unas muestras preliminares de Guásimo y Cadillo (Cundinamarca y Valle). El balse se consiguió en la zona de ubicación del Cimpa, es decir Hoya del Río Suárez. En razón a que a la fecha no hay una metodología para el transporte de este material algunas de las muestras llegaron en mal estado, del material rescatado se logró obtener una muestra preliminar de la dilución de los floculantes sobre la cual se pudieron realizar los ensayos y comprobar que la metodología de precipitación desarrollada por Corpoica permite precipitar los componentes floculantes de los materiales vegetales en estudio.
- Aunque estas muestras solo fueron preliminares, se logró obtener la cantidad necesaria de las mismas, las cuales se transportaron bajo refrigeración y personalmente fueron entregadas por la Ingeniera Esperanza Prada en la ciudad de Bucaramanga, para realizar así las pruebas que permitan el desarrollo de un protocolo en el laboratorio de espectrometría de masas para polímeros en la UIS adecuado a este tipo de mucilagos.
- En los laboratorios de la UIS se lograron correr las muestras y obtener los espectros tanto de las diluciones como de los precipitados. Durante casi un mes se trató de adelantar el proceso de interpretación de los espectros gracias a la colaboración del centro de estudios de química de polímeros de la UIS en donde se corrieron las muestras preliminares por el Maldi-Tof (parecidas moléculas de origen sintético) y el ESI.IT; sin embargo no se logró identificar el polímero.
- Gracias a las muestras corridas, los análisis realizados, al igual que al concurso de la UNAL (Departamento de Farmacia) **esta falta de un patrón definido hizo inferir que se trata de un copolímero al azar, sustancia de mayor complejidad**. De esta forma se decidió estudiarlo con el equipo de químicos de la UIS mediante una Resonancia Magnética Nuclear.
- Después de realizada la RMN, los resultados tampoco fueron concluyentes.

- Dado que se trata de un copolimero, el paso siguiente es el de buscar romper la molécula, proceso el cual viene adelantando la UNAL – UIS y Corpoica. (Evaluación del método - temperatura)
 - Dado que el mucilago al cual nos enfrentamos es comprobadamente complejo, para continuar con el proceso se requiera en el mejor de los casos de una persona dedicada al tema 100% al igual que recursos para los reactivos y los análisis que resulten necesarios. De acuerdo con la información provista por la Ing. Esperanza Prada el tiempo para lograr la identificación de este copolimero sería de 6 meses. Sin embargo en el marco del Comité se concluyó que este trabajo deberá realizarse por medio de un proyecto que única y exclusivamente busque la identificación del elemento.
 - Gracias a la gestión de la Cadena, Corpoica Cimpa adelantara este trabajo durante el 2015 para poder remitir la información respectiva al Comité de Codex.
- C.** Se realizaron 5 cesiones de la Catedra panela abordando el temas estructurales de la Cadena tales como Formalización del sector panelero, Variedades de caña y los resultados en la investigación adelantada por Corpoica Cimpa, al igual que la Biofertilización de la caña. Para el 2015 se continuará con esta estrategia.
- D.** Después del proceso realizado ante el MADR para la obtención de recursos para la financiación del proyecto con el objetivo de determinar una nueva tabla de tolerancias aplicables a la panela, en este trimestre se adelantó conjuntamente con Corpoica la sustentación de los resultados del mismo ante la Superintendencia de Industria y Comercio, logrando con ello, la expedición de la Resolución 13321 del 11 de junio de 2014, mediante la cual se estipula que la tolerancia aplicable será del 5%.



E. Ante las inquietudes de varios productores en el sentido de la obtención de capital de trabajo para la exportación, la STC tomo contacto con Bancoldex para obtener información acerca de las opciones de factoring con las que se cuentan para financiar exportaciones encontrando que existen dos clases, una ordinaria y otra de Cadenas Productivas. Una vez obtenida la información la STC puso en contacto a los productores directamente con un asesor de esta entidad, logrando que estos afortunadamente y después del lleno de requisitos, consiguieran la financiación buscada.

F. La STC ha emitido concepto al respecto de varios proyectos en el marco de diferentes proyectos así:

Regalías:

- ✓ Antioquia: Fortalecimiento de la cadena productiva del sector panelero en el Municipio de Santo Domingo. Positivo
- ✓ Cesar: Fortalecimiento del Sector Agroindustrial a través del mejoramiento de los procesos de producción de trapiches paneleros en el Municipio de González. Negativo
- ✓ Nariño: Construcción y dotación de la planta regional comunitaria procesadora de caña panelera municipios de Santacruz departamento Nariño: Negativo
- ✓ Putumayo: Fortalecimiento integral de la agroindustria panelera en el municipio de Mocoa Departamento del Putumayo: Negativo

Alianzas Productivas:


- ✓ Fortalecimiento del proceso de producción, agroindustria y comercialización de panela Asopropab "Asociación de productores de panela de Bonafont" Riosucio. Positivo

- ✓ Alianza productiva para el sostenimiento de 59,29 hectáreas de caña y para el fortalecimiento de la industria panelera en el municipio de Neira. Positivo
 - ✓ Mejoramiento de la cadena panelera, como generador de ingresos para productores organizados del municipio de Salamina, Caldas. Positivo
 - ✓ Fortalecimiento de la agroindustria de la panela en el municipio de Pueblo Rico, Risaralda. Positivo
 - ✓ Fomento al desarrollo y el mejoramiento de la agroindustria panelera en el Municipio de Quinchia Positivo
 - ✓ Apoyo al sostenimiento, renovación por siembra de cultivos de caña y adecuación de trapiches con productores de la asociación panelera de Anorí – Apanor, Municipio de Anorí Departamento de Antioquia. Positivo
- G.** Se han lideraron todos los trámites y procedimientos a nivel del MADR y la Bolsa Mercantil de Colombia para efectos de la realización y publicación de los Términos de Referencia para la Campaña de Promoción al Consumo de Panela 2014, al igual que para la evaluación técnica y financiera de las propuestas allegadas por las empresas convocadas y por supuesto, la evaluación de las mismas. Una vez se culminados estos procesos se procedió a realizar la contratación de la empresa Caracol y por supuesto, la implementación de la Campaña de Promoción al Consumo de Panela la cual con un recurso de \$4.000 millones de pesos se ha convertido en una estrategia exitosa para el sector. Se espera contar con \$5.000 millones para el próximo año.
- H.** En razón al cambio de administración, los asesores del Ministro Aurelio Iragorri solicitaron un diagnóstico completo de la Cadena Agroindustrial de la Panela, el cual se remitió oportunamente. Este documento manifestaba claramente la actual situación de depresión de precios por la cual esta atravesando la actividad, sus posibles causas y recomendaciones.
- I.** El MADR a través de la Dirección de Bienes Públicos está retomando el tema de empleo infantil, en ese sentido solicitaron a la STC realizar una presentación de los avances y las acciones realizadas en el tema de superación de la problemática de trabajo infantil en el sur del Valle y norte del Cauca. En ese sentido se le realizó una completa explicación del contexto de la problemática en estos departamentos, sus motivadores y situaciones encontradas en las acciones de control y vigilancia realizadas en los trapiches que procesan la caña de requisa en cuyo proceso de recolección participan los niños menores de 18 años. En ese sentido solicitó a la STC participar de unas reuniones multidisciplinarias que se realizaran para retomar el tema.
- J.** Se atendieron las reuniones bilaterales CADENA-OCDE, además de entregar toda la información requerida por la organización. Los datos se trabajaron

conjuntamente con la Dirección de Prospectiva del MADR y aplicando los protocolos estadísticos apropiados para tal efecto. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) agrupa a 34 países miembros y su misión es promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo. La intención fue la de generar información base para trabajar conjuntamente buscando compartir experiencias para llegar a soluciones a los problemas comunes

- K.** Se trabajó de la mano con Fedepanela en la definición de la ruta exportadora mediante el diligenciamiento de una matriz que incluye todo lo que el sector privado considere que constituye un obstáculo para la exportación de panela, así como las respectivas acciones que se requieren para avanzar. Adicionalmente, es importante tener presente que existen unos temas de carácter transversal y otros específicos de acuerdo a las necesidades de cada una de las regiones productoras de panela., siendo muy valioso poder contar con información de proyectos específicos a nivel regional que deban desarrollarse.
- L.** En el marco de un programa desarrollado con el IICA Canadá - Colombia el cual busca la promoción exportaciones de ciertos productos colombianos al mercado canadiense producidos por pequeños productores, durante la última semana de Junio, la STC al igual de Carlos Guerreño participamos en una misión técnico comercial con el propósito acercarnos al mercado de Canadá y participar de citas comerciales con entidades y personas interesadas en el producto panela. Fruto de este trabajo se cuentan con contactos importantes y claves para el desarrollo de relaciones comerciales en un futuro próximo con este país. Cabe anotar que todos los gastos fueron cubiertos por el IICA Canadá.
- M.** Se estableció contacto con la Agencia Logística con el ánimo de generar una reunión con ellos y poder tratar ciertas situaciones y condiciones nuevas para la compra de panela por parte de esta institución. Estamos a la espera de una posible fecha para su realización.
- N.** Se realizaron las consultas ante las entidades pertinentes para la definición del estado de uso del contingente que compartimos con azúcar para la partida arancelaria 17011300 correspondiente a la panela en el marco del acuerdo con la Unión Europea, al igual que los pasos a seguir para que en el evento de tener cupo disponible podamos como cadena productiva hacer uso de el con base a trabajos de exploración comercial que se han venido realizado, los cuales perfilan a ese mercado como uno bastante interesante dentro de la estrategia de internacionalización puesta en marcha por el Sector. En ese sentido, en el marco del acuerdo con la Unión Europea, al 31 de Diciembre de

2014 quedaron disponibles 9122 toneladas para exportar a la UE a 0 arancel de un cupo compartido de 63.860 toneladas.



The screenshot shows the 'FISCALIDAD Y UNIÓN ADUANERA' website. The header includes the European Commission logo and the title 'FISCALIDAD Y UNIÓN ADUANERA'. Below the header, there is a navigation bar with links: 'La Comisión Europea > Fiscalidad y Unión Aduanera > Bases de datos > TARIC > Detalles de los contingentes arancelarios', 'Buzón TARIC | Buzón QUOTA', 'User Guides, Information and Downloadable data: [Info]', 'Ayuda', 'Novedades', 'Información', and 'Preguntas frecuentes'. The main content area is titled 'Detalles de los contingentes arancelarios' and shows the following details:

Número de orden	097235
Periodo de validez	01-01-2014 - 31-12-2014
Origenes	Colombia
Cantidad inicial	63860000 Kilogramo
Saldo	9122387.44 Kilogramo
Fecha de agotamiento	
Crítico	Si
Última fecha de importación	31-12-2014
Última fecha de atribución	04-02-2015
Cuánta total en espera	0
Periodo de bloqueo	
Periodo de suspensión	
Códigos Taric asociados	1701130000 1701140000 1701910000 1701990000

At the bottom of the table, there is a 'Top' link.

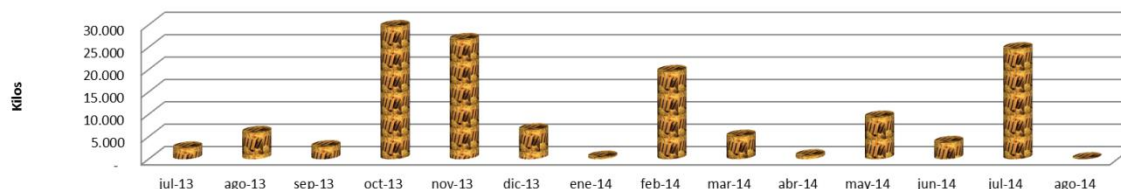
O. Se gestionó una reunión con la Directora del Invima Dra. Blanca Elvira Cajigas de Acosta, la intención fue abordar entre otros los siguientes temas:

- Estado de las inspecciones a Ingenios de Bolivia en el marco de la decisión del AAA de suspender las importaciones de dicho país por sospechas de orden sanitario.
- Control y Vigilancia Trapiches
- Controles importación y exportación de panela
- Falsedad en rotulado
- Demás faltas sanitarias que se están presentando en la actualidad
- Inscripción de trapiches (consulta de información)

La reunión en efecto de llevó a cabo el pasado jueves 18 de septiembre con la asistencia de la Gerencia de Fedepanela, Comerpanela y la STC. La reunión fue atendida por asesores de la Dirección del Invima.

P. Gracias a la comunicación permanente que se tiene con la Policía Nacional y más específicamente con la Polfa, quincenalmente se vienen informando acerca de las incautaciones realizadas por esta institución en Norte de Santander por temas de contrabando. Las siguientes son las cifras más actuales con las que se cuentan:

Aprehensiones POLFA



	jul-13	ago-13	sep-13	oct-13	nov-13	dic-13	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14
Kilos Aprehendidos	2.400	5.882	2.688	29.544	26.650	6.475	348	19.520	5.040	660	9.292	3.648	24.596	-

- Q.** Se acompañó reunión con el staff asesor del Ministro de Agricultura quienes pudieron conocer de primera mano las necesidades sectoriales. La STC y Fedepanela se comprometieron a hacer llegar la información de los proyectos en un formato especial para que se entre a evaluar por la nueva administración su posible financiación. El viernes 26 de septiembre se remitieron los proyectos de BMP, Cisneros y Quipile. El martes 30 de septiembre se generó una reunión con el ICBF para revisar el tema de las compras locales directamente con Juan Pablo Pineda y el Director de Abastecimiento del ICBF. Queda pendiente el envío de un proyecto para el tema de capital de trabajo para la comercializadora.
- R.** En razón a las 5 mesas de trabajo realizadas en Pasto Nariño en el 2013, se realizó estricto seguimiento a los compromisos emanados de esas mesas para asegurar y concretar las actividades en beneficio del sector panelero Departamental.
- S.** En el marco de la Comisión Nacional de Vigilancia para la Calidad de la Panela se solicitó de nuevo las visitas establecimientos que resultaron positivos al uso de Clarol en muestreo tomado en el Departamento de Boyacá. La solicitud se centró en aquellos establecimientos que están identificados los cuales ya habían sido remitidos al Instituto por la respectiva autoridad sanitaria. El Invima está en proceso de realización de las visitas. Así mismo por medio de recurrentes comunicaciones escritas, se le han venido solicitando la realización de actividades puntuales con control en el departamento de Boyacá en los municipios de Tunja, Santana, Maripi y Chiquinquirá específicamente. Así mismo se motivó la realización de la reunión de Comité Departamental de Vigilancia el 09 de Junio, en donde las autoridades se comprometieron con fechas específicas a realizar estas actividades, a lo cual, por supuesto se le hará el respectivo seguimiento.

Así mismo y por solicitud de productores de Santander, se realizaron visitas a trapiches del municipio de Ocamonte con el Invima durante una semana. Se tomaron muestras cuyos resultados nos encontramos a la espera. Así mismo se cerraron 2 establecimientos durante las visitas por presencia de colorantes durante el proceso de producción. Por otra parte se han atendido todas y cada una de las múltiples denuncias recibidas por varios medios.

Por otra parte, se atendió una denuncia telefónica puntal informando sobre una tractomula con placas TAZ 007 la cual estaría transportando panela desnuda con destino a Sincelejo, más específicamente hacia la mayorista a donde un comercializador llamado Carlos Arturo Duque. En ese sentido, la STC contacto a la PONAL informándoles del tema solicitándoles el envío de la información a la Unidad Correspondiente en este municipio para que se hiciera una visita a este establecimiento lo antes posible. En ese sentido también se coordinó también con la autoridad sanitaria. La actividad de control se realizó y no se encontró panela en malas condiciones.

Adicionalmente, se recibió una denuncia al respecto de la posible entrada de panela proveniente de Nariño en malas condiciones de calidad, la cual estaría siendo comercializada en el eje Cafetero en establecimientos puntuales del municipio de Chinchina. En ese sentido se tomó contacto con las autoridades pertinentes para realizar las visitas correspondientes. La Secretaria de Salud del Departamento de Caldas realizó las actividades en la segunda semana de Septiembre llevó a cabo toma de muestras y revisión del rotulado del producto. Finalmente indicaron las autoridades indicaron que no se detectó la presencia de insumos prohibidos. Por otra parte, se solicitó al Invima la realización de visitas a los trapiches presuntamente proveedores de esta panela.

Así mismo, la STCNV recibió una llamada de un productor de panela a quien por no tener el certificado de Inspección del Invima, requerimiento NO exigible en la actualidad para el transporte de la panela, en un retén en la entrada de Aguachica Cesar, dos policiales le plantearon dos escenarios por el supuesto no cumplimiento de la norma, el primero que la panela iba a ser objeto de decomiso y el segundo que podrían evitarse el decomiso a cambio de cierta suma de dinero. Por el temor de perder su mercancía, accedió a pagar la suma sugerida. Infortunadamente no tomo la placa del uniforme o algún apellido de los policiales. Este tema por considerarlo de suma gravedad fue puesto en conocimiento de la Dirección de Carabineros inmediatamente tanto por la aplicación de requisitos que no son exigibles para el transporte del alimento como por supuesto soborno que se dio finalmente, para la toma por parte de esta institución de los correctivos aplicables.

INDICADORES DE GESTION:

Se cumplieron el 96% de las actividades programadas para el año 2014: