

## INFORME DE EJECUCIÓN DE LA VIGENCIA 2016

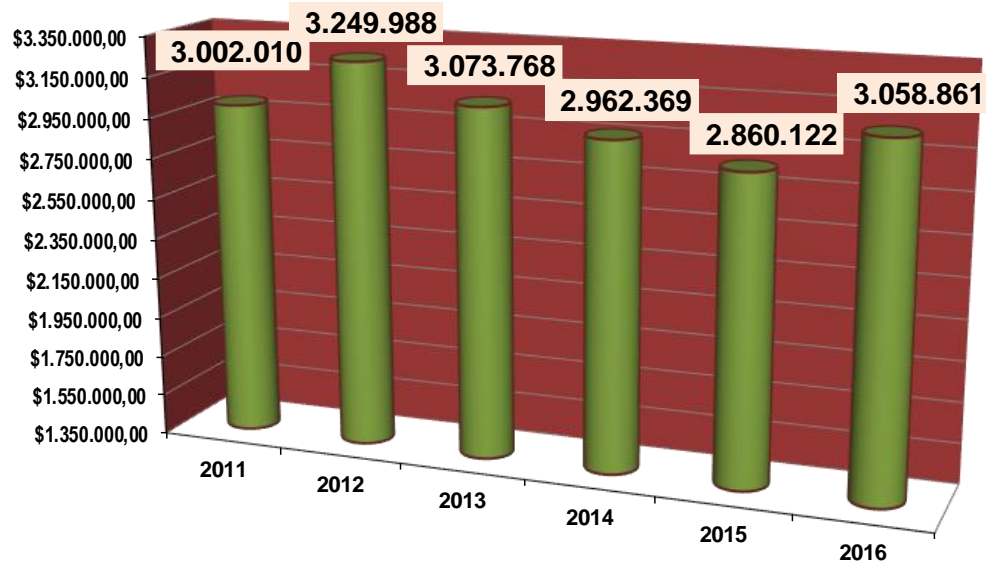
El recaudo de la cuota de fomento panelero presentó un aumento del 7% comparado con el año inmediatamente anterior como se muestra en el cuadro No. 1. Los departamentos en los que se presentó mayor incremento en recaudo comparado con el año 2015 fueron: Atlántico, Valle, Boyacá, Huila, Cauca y Cundinamarca.

De otra parte, los departamentos con mayor representación del total del recaudo fueron Boyacá, Valle, Antioquia, Cundinamarca y Santander, como se puede observar en el cuadro No. 2

**Cuadro No. 1**

COMPARATIVO RECAUDO POR DEPARTAMENTO PRIMER SEMESTRE 2015/2016			
DEPARTAMENTO	2015	2016	DIFERENCIA
Atlántico	76.314.457	99.399.646	30%
Valle	410.598.316	498.821.799	21%
Boyaca	489.611.100	552.311.481	13%
Huila	112.678.512	126.598.831	12%
Cauca	72.420.000	80.665.000	11%
C\Marca	365.546.769	400.545.587	10%
Santanderes	303.167.080	315.041.006	4%
Antioquia	435.625.000	448.175.000	3%
Tolima	80.935.711	82.633.900	2%
Exportaciones	88.198.474	81.904.196	-7%
Caldas	74.299.635	68.230.390	-8%
Risar\Quind.	80.278.565	72.964.577	-9%
Nariño	269.620.000	231.570.000	-14%
Caqueta	829.000	-	-100%
<b>Total Recaudo</b>	<b>2.860.122.619</b>	<b>3.058.861.413</b>	<b>7%</b>

**HISTORICO COMPORTAMIENTO RECAUDO  
ENERO /DICIEMBRE 2011-2016**



**PARTICIPACIÓN DE RECAUDO POR DEPARTAMENTO  
Cuadro No. 2**

PARTICIPACION RECAUDO POR DEPARTAMENTO A DICIEMBRE DE 2016		
% Participación	TOTAL	DEPARTAMENTO
18%	552.311.481	Boyaca
16%	498.821.799	Valle
15%	448.175.000	Antioquia
13%	400.545.587	C\Marca
10%	315.041.006	Santanderes
8%	231.570.000	Nariño
4%	126.598.831	Huila
3%	99.399.646	Atlantico
3%	82.633.900	Tolima
3%	81.904.196	Exportaciones
3%	80.665.000	Cauca
2%	72.964.577	Risar\Quind.
2%	68.230.390	Caldas
0%	-	Caqueta
1	3.058.861.413	

## **INFORME PROGRAMA DE ASISTENCIA TECNICA**

El programa de asistencia técnica para el primer semestre del año 2016 se ejecutó en los meses de enero a Mayo únicamente con recursos del Fondo de Fomento para la atención de Productores Emprendedores, Grupos de Trabajo y Organizaciones de Productores.

Las actividades programadas y desarrolladas en el primer semestre son las siguientes:

<b>PRODUCTORES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES REALIZADAS</b>
EMPRENEDORES 103	<ul style="list-style-type: none"><li>• Caracterizaciones integrales</li><li>• Caracterización del perfil sanitario</li><li>• Actualización de la información RUAT</li><li>• Planes de Trabajo</li><li>• Georreferenciaciones</li></ul>	Se realizaron 491 actividades
GRUPOS DE TRABAJO 515	<ul style="list-style-type: none"><li>• Caracterizaciones integrales</li><li>• Actualización de la información RUAT</li><li>• Georreferenciaciones</li><li>• Adopción de Mejores Prácticas Agrícolas</li><li>• Prácticas de organización sanitaria de la fábrica</li><li>• Control de calidad del producto</li><li>• Procesos de elaboración de la panela</li></ul>	Se atendieron los 58 grupos de trabajo con 515 realizando 174 actividades
ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES 14	<ul style="list-style-type: none"><li>• Caracterización integral de organización de productores</li><li>• Caracterización de la oferta</li><li>• Planes de trabajo organizacionales</li><li>• Acompañamiento en gestión de mercados</li><li>• Acompañamiento técnico orgánico</li><li>• Fortalecimiento en requisitos de formalización empresarial</li><li>• Modelo de negocios</li><li>• Sondeo participativo de mercado</li><li>• Aspectos básicos para solicitud de créditos</li></ul>	Se atendieron 14 Asociaciones realizando 59 actividades

Posteriormente se presenta ante el Ministerio por medio de la convocatoria del Incentivo a la Asistencia Técnica Gremial el Plan General de Asistencia Técnica del Gremio Panelero.

Este convenio se firma con el Ministerio el 20 de mayo y se da inicio el día 26 del Mismo mes. El proyecto cuenta con recursos del Ministerio De Agricultura y Desarrollo Rural, Fedepanela-Fondo de Fomento Panelero.

Con el plan de asistencia técnica se incrementa la presencia en los 14 departamentos aumentando la presencia institucional de 42 personas contratadas en el primer trimestre a 147 para finales del segundo trimestre. Atendiendo 135 municipios y 4.955 productores paneleros diferenciados entre Emprendedores, Grupos de Trabajo, Mujeres Rurales, Jóvenes Emprendedores y Organizaciones de Productores.

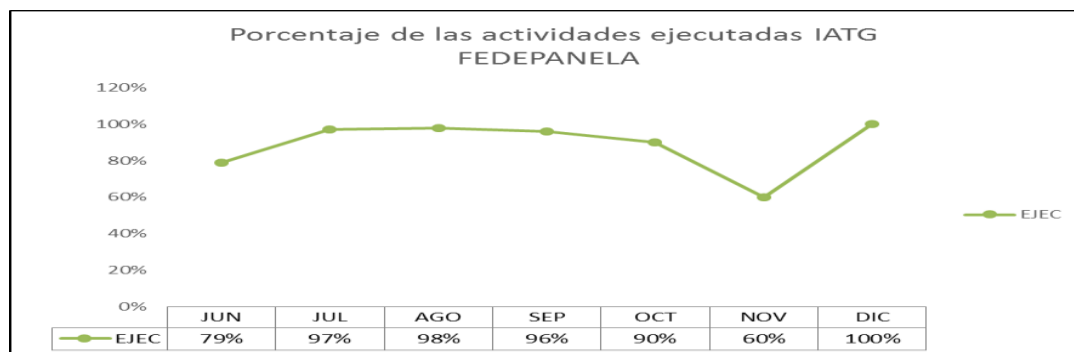
En este periodo se ha hecho especial énfasis en la gestión comercial en mercados locales formales, buscando aprovechar la coyuntura que existe en términos de precios en la actualidad, es importante posicionar a las agro-empresas que estamos acompañando para que con un ejercicio organizado de ingreso a mercados los productores puedan comercializar su producto a través de sus asociaciones eliminando los intermediarios tradicionales.

A continuación, se muestran las actividades y la ejecución de las mismas según el Plan Operativo aprobado el cual inició el 1 de Junio y finalizó el 30 de Diciembre del 2016.

PRODUCTORES	ACTIVIDADES	ACTIVIDADES REALIZADAS
EMPRENDEDORES 792	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterizaciones integrales</li> <li>• Actualización de la información RUAT</li> <li>• Planes de Trabajo</li> <li>• Georreferenciaciones unidades productivas y lotes de caña</li> <li>• Visitas de asistencia técnica</li> </ul>	Se atendieron 792 beneficiarios, realizando 8.712 actividades para un porcentaje de 100%
GRUPOS DE TRABAJO 3682	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterizaciones integrales</li> <li>• Actualización de la información RUAT</li> <li>• Georreferenciaciones</li> <li>• Levantamiento de información primaria para Marco estadístico Panelero</li> <li>• Visitas Técnicas</li> <li>• Adopción de Mejores Prácticas Agrícolas</li> <li>• sanitaria de la fabrica</li> <li>• Control de calidad del producto</li> <li>• Procesos de elaboración de la panela</li> <li>• Aspectos Ambientales</li> <li>• BEPS</li> </ul>	<p>Se atendieron 3682 grupos de trabajo realizando 27.148 Actividades</p> <p>Porcentaje de ejecución 100%</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversificación del producto</li> <li>• Solicitud del crédito</li> </ul>	
MUJER RURAL PANELERA 288	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterización con enfoque diferencial</li> <li>• Visitas de asistencia técnica</li> <li>• Diversificación del producto</li> <li>• Nuevas alternativas de ingresos</li> <li>• Escuela local de liderazgo</li> </ul>	Se realizaron 660 actividades para una ejecución del 100%
JOVEN RURAL 193	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterización con enfoque diferencial</li> <li>• Visitas de asistencia técnica</li> <li>• Competencia laboral</li> <li>• Educación financiera</li> </ul>	A la fecha se ejecutaron 221 actividades para una ejecución del 100%
ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES 40	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterización integral de organización de productores</li> <li>• Caracterización de la oferta</li> <li>• Planes de trabajo organizacionales</li> <li>• Sondeo participativo de mercado</li> <li>• Visitas de auditorías internas de producción orgánica</li> <li>• Acompañamiento en gestión de mercados</li> <li>• Acompañamiento técnico orgánico</li> <li>• Aspectos básicos para solicitud de créditos</li> </ul>	<p>A la fecha se atendieron 40 Asociaciones, realizando 503 actividades.</p> <p>Porcentaje de ejecución 100%</p>

El programa de asistencia técnica ha permitido apoyar a los productores en el mejoramiento de sus prácticas de cultivo y procesos, encaminados en enfrentar los actuales retos de los mercados, ya que con las anteriores campañas de promoción al consumo apoyadas por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y el Convenio de Cierre de Brechas se ha generado un alto impacto en los consumidores tanto nacionales como internacionales de tal manera que nuestros productores deben mejorar su actividad productiva en todos los aspectos.





*Visita técnica. Adopción de mejores prácticas Agrícolas. Edad de corte óptima para beneficio de caña.*



*Capacitación aspectos ambientales, en la Producción de panela.*



De igual manera se tiene especial trato con la producción orgánica ya que la demanda que existe de estos productos a nivel internacional es alta y al momento está insatisfecha, de manera que en los departamentos donde existen estas iniciativas el programa de asistencia técnica está prestando asesoría con el fin de asegurar la implementación y sostenimiento de estos procesos, igualmente se está promoviendo este tipo de agricultura entre todos los productores beneficiarios

## **PRECIOS DE LA PANELA**

Hasta la cuarta semana del mes de diciembre del presente año se han consolidado 51 semanas, teniendo en cuenta el proceso de recolección de precios a nivel nacional en los 13 departamentos, 70 municipios paneleros atendidos por el programa de asistencia técnica.

El comportamiento semanal de los precios ha presentado una tendencia al alza, iniciando en la primera semana de enero con un precio de **\$1.650**, y aumentando hasta la 4 semana de enero con un precio de **\$1.682**, de este punto toma una tendencia a la baja hasta registrar un valor de **\$ 1.560** en la primera semana del mes de marzo, en este punto retoma la tendencia al alza llegando a un valor de **\$ 3.208** en la cuarta semana de diciembre.

Según el comportamiento de los precios a nivel nacional el promedio aritmético hasta lo corrido del año es de **\$ 2.241** (Cuadro 2).

PRECIOS	MES	PROMEDIO SIMPLE	PROMEDIO PONDERADO
<b>PRECIO MAYOR</b>	4 SEMANA DICIEMBRE	\$ 3.208	\$ 3.335
<b>PRECIO MENOR</b>	1 SEMANA MARZO	\$ 1.560	\$ 1.465

Las regiones que presentaron los mejores precios son: Norte de Santander, Caquetá, y Santander, y los precios más bajos se presentan en los Departamentos de Cauca, Nariño y Cundinamarca. (Cuadro No. 1)


De acuerdo a los valores mensuales consolidados el promedio más bajo se presentó en el mes de marzo con un valor de \$1.626 y el valor más alto se dio en el mes de diciembre alcanzando un valor promedio de \$ 3.204 (Cuadro No. 2)

De acuerdo a los valores ponderados el precio promedio hasta la cuarta semana de diciembre es de \$ 2.229 (Grafica No. 2).

Haciendo la comparación entre los meses de diciembre de 2015 y diciembre de 2016 encontramos un aumento en el precio de \$ 1.589 lo cual significa un 98.42% (Cuadro 3).

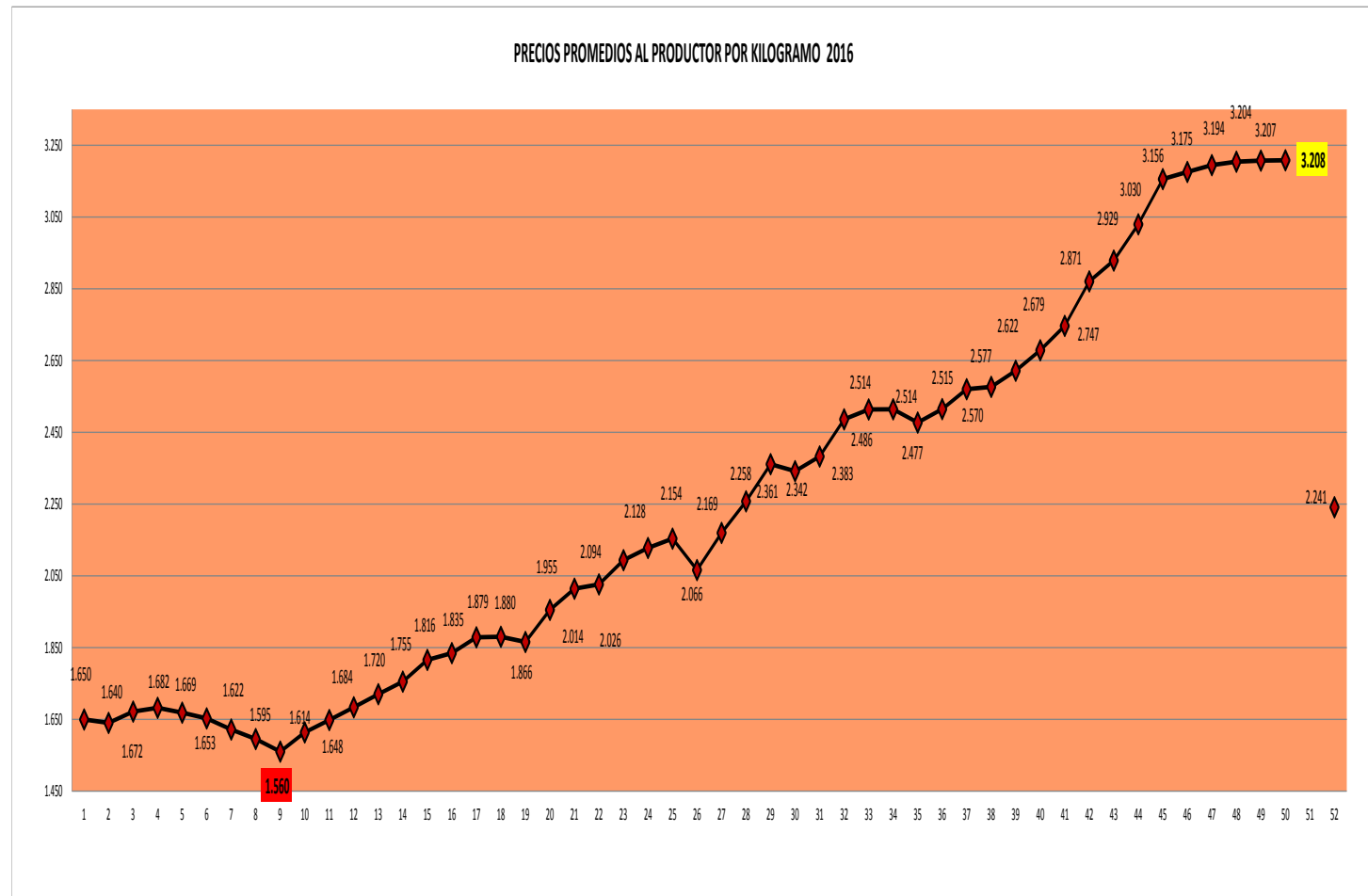
Es de anotar que de acuerdo al comportamiento de los precios promedios durante lo corrido del año 2016, este se ubica en el mayor precio histórico conocido, según la base de datos desde 1998 hasta lo corrido de 2016 de Fedepanela. (Grafica 3).

Cuadro 1

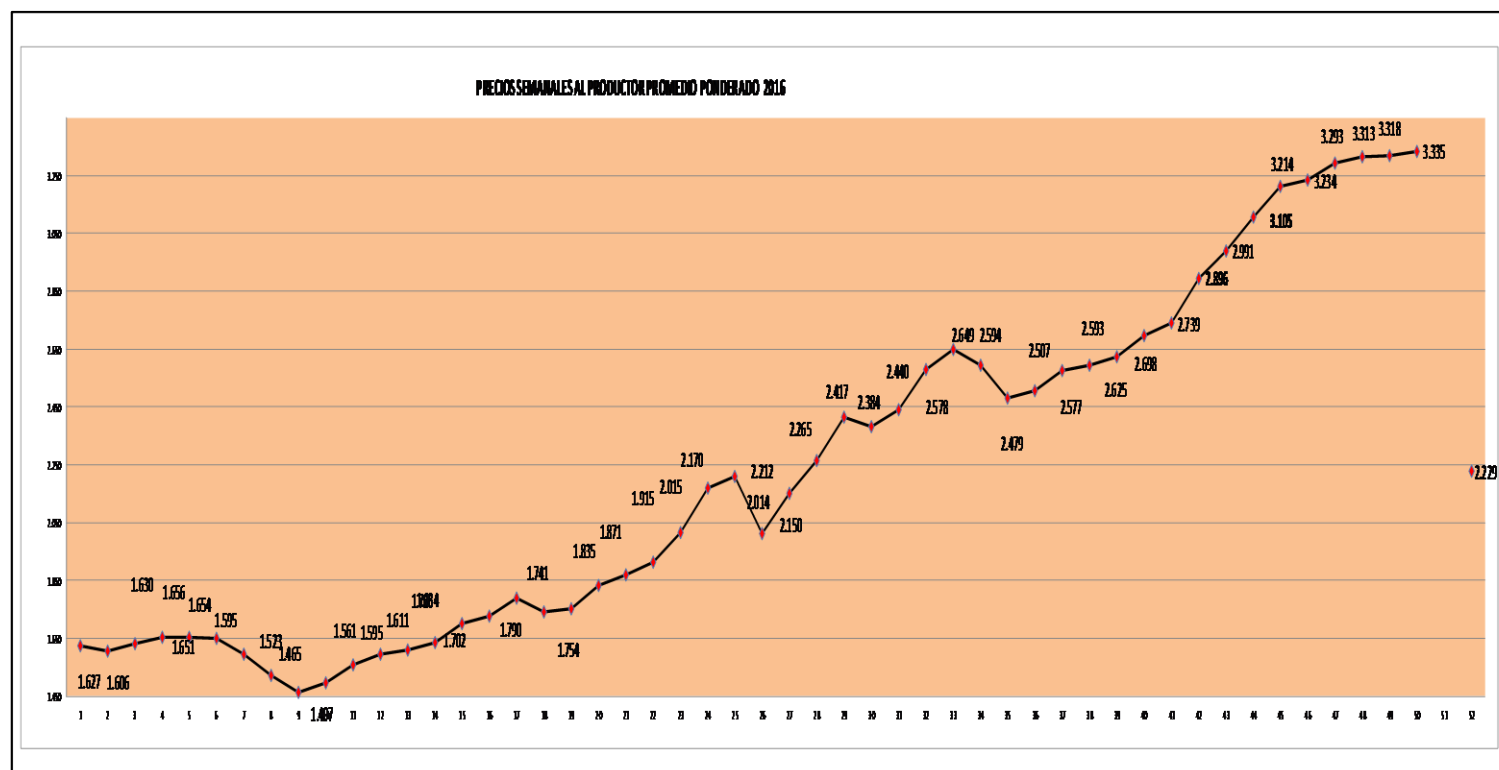
<div> PRECIOS SEMANALES AL PRODUCTOR 2016 PRECIO PROMEDIO POR KILOGRAMO</div>																										
MESES		ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL					MAYO				JUN			
DEPARTAMENTO	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	
ANTIOQUIA	1.808	1.808	1.833	1.833	1.795	1.738	1.690	1.685	1.600	1.558	1.530	1.488	1.488	1.450	1.475	1.520	1.545	1.570	1.568	1.655	1.738	1.738	1.838	1.850	1.943	
BOYACA	1.500	1.550	1.625	1.650	1.675	1.688	1.613	1.363	1.263	1.300	1.425	1.475	1.435	1.485	1.562	1.650	1.675	1.663	1.638	1.688	1.725	1.800	1.900	2.200	2.425	
CALDAS	1.500	1.508	1.567	1.600	1.567	1.558	1.508	1.517	1.475	1.536	1.475	1.657	1.742	1.900	1.875	2.023	1.992	1.967	2.028	1.967	1.933	1.950	1.978	2.025	2.031	
CAQUETA	2.217	2.183	2.300	2.217	2.200	2.100	2.167	2.133	2.067	2.167	2.100	2.050	2.117	2.217	2.267	2.333	2.383	2.467	2.337	2.283	2.317	2.167	2.283	2.334	2.334	
CAUCA	1.369	1.437	1.451	1.441	1.327	1.279	1.339	1.383	1.531	1.787	1.918	1.914	1.955	1.999	2.072	1.901	1.959	2.012	2.058	2.181	2.273	2.194	2.179	1.954	1.853	
CUNDINAMARCA	1.669	1.637	1.563	1.603	1.638	1.703	1.631	1.600	1.600	1.547	1.625	1.663	1.697	1.725	1.769	1.744	1.703	1.674	1.766	1.781	1.685	1.750	1.915	2.204	2.139	
HUILA	1.503	1.453	1.528	1.553	1.503	1.386	1.240	1.215	1.273	1.536	1.536	1.536	1.571	1.640	1.735	1.710	1.774	1.720	1.738	1.855	1.950	2.071	2.355	1.916	2.011	
NARIÑO	1.649	1.613	1.664	1.755	1.669	1.779	1.608	1.619	1.499	1.508	1.573	1.669	1.727	1.835	1.915	1.938	1.827	1.833	1.905	1.918	2.105	2.006	2.000	2.013	2.071	
N SANTANDER	1.579	1.527	1.551	1.588	1.538	1.535	1.545	1.548	1.531	1.535	1.538	1.536	1.535	1.545	1.550	1.540	1.663	1.713	1.710	2.063	2.413	2.313	2.275	2.223	2.225	
RISARALDA	1.780	1.792	1.792	1.786	1.817	1.799	1.819	1.833	1.762	1.723	1.783	1.801	1.804	1.923	1.946	1.988	2.012	2.089	1.814	2.101	2.101	2.148	2.132	2.137	2.137	
SANTANDER	1.617	1.510	1.583	1.630	1.657	1.623	1.553	1.350	1.200	1.280	1.415	1.457	1.423	1.450	1.560	1.623	1.927	1.640	1.637	1.770	1.787	1.917	2.077	2.533	2.570	
TOLIMA	1.550	1.600	1.550	1.500	1.588	1.575	1.630	1.725	1.700	1.700	1.700	1.775	2.000	1.710	1.938	1.940	1.940	2.042	2.005	2.100	2.100	2.200	2.200	2.150	2.150	
VALLE	1.705	1.705	1.725	1.718	1.725	1.725	1.738	1.767	1.783	1.803	1.808	1.867	1.867	1.942	1.942	1.943	2.025	2.054	2.054	2.058	2.058	2.088	2.088	2.125	2.113	
PROM NACIONAL	1.650	1.640	1.672	1.682	1.669	1.653	1.622	1.595	1.560	1.614	1.648	1.684	1.720	1.755	1.816	1.835	1.879	1.880	1.866	1.955	2.014	2.026	2.094	2.128	2.154	
PRECIOS MAYOR																										
PRECIO MENOR																										
MESES		JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOV				DIC				PROM
DEPARTAMENTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
ANTIOQUIA	1.963	2.146	2.265	2.250	2.250	2.350	2.525	2.750	2.625	2.280	2.510	2.608	2.720	2.803	2.888	2.988	2.975	3.081	3.081	3.175	3.400	3.388	3.338	3.238	3.225	2.211
BOYACA	2.100	2.025	2.225	2.550	2.425	2.450	2.700	2.775	2.650	2.525	2.450	2.550	2.550	2.600	2.725	2.700	2.900	3.050	3.375	3.400	3.350	3.350	3.475	3.500	3.500	2.217
CALDAS	2.007	2.059	2.102	2.121	2.134	2.213	2.242	2.269	2.471	2.554	2.645	2.732	2.693	2.950	2.781	2.881	2.902	2.903	2.987	3.130	3.368	3.303	3.271	3.172	3.083	2.217
CAQUETA	2.183	2.250	2.467	2.550	2.467	2.300	2.367	2.333	2.383	2.333	2.283	2.300	2.267	2.333	2.608	2.667	2.667	2.783	2.867	2.833	2.803	2.833	2.847	2.817	2.817	2.384
CAUCA	1.753	1.962	1.945	2.068	1.995	2.089	2.198	2.186	2.076	2.159	2.115	2.211	2.187	2.286	2.405	2.414	2.815	2.575	2.713	2.775	2.898	2.820	2.770	2.775	2.795	2.070
CUNDINAMARCA	1.891	2.019	2.178	2.296	2.379	2.342	2.447	2.613	2.433	2.342	2.306	2.436	2.438	2.294	2.435	2.466	2.721	2.873	3.008	3.264	3.201	3.232	3.288	3.295	3.380	2.172
HUILA	2.020	2.168	2.328	2.539	2.356	2.558	2.626	2.473	2.627	2.703	2.516	2.575	2.633	2.693	2.635	2.797	3.226	3.266	3.236	3.160	3.084	3.016	2.948	3.065	3.166	2.194
NARIÑO	2.120	2.133	2.121	2.113	2.138	2.210	2.358	2.392	2.378	2.330	2.318	2.375	2.400	2.150	2.365	2.415	2.545	2.708	2.917	2.965	2.970	3.045	3.075	3.120	3.100	2.149
N SANTANDER	2.550	2.670	2.673	2.650	2.950	2.850	2.900	2.793	2.800	2.950	3.050	3.000	2.900	2.950	2.900	3.100	3.150	3.200	3.550	3.600	3.700	3.650	3.550	3.500	3.500	2.408
RISARALDA	2.172	2.178	2.191	2.209	2.209	2.215	2.245	2.268	2.322	2.513	2.720	2.727	2.738	2.839	2.845	3.022	3.022	3.053	2.939	2.901	2.901	3.138	3.252	3.252	3.252	2.299
SANTANDER	1.990	2.327	2.463	2.817	2.650	2.777	2.940	2.940	2.943	2.740	2.740	2.747	2.747	2.917	2.940	2.927	3.100	3.250	3.270	3.617	3.577	3.550	3.433	3.610	3.640	2.329
TOLIMA	2.000	2.150	2.250	2.330	2.300	2.400	2.500	2.650	2.650	2.400	2.650	2.750	2.800	2.800	2.800	2.800	2.800	2.750	2.750	3.475	3.300	3.320	3.350	3.250	3.250	2.293
VALLE	2.113	2.117	2.141	2.205	2.190	2.224	2.271	2.237	2.328	2.375	2.386	2.403	2.424	2.470	2.500	2.530	2.553	2.583	2.693	2.728	2.728	2.883	3.057	3.102	3.000	2.193
PROM NACIONAL	2.066	2.169	2.258	2.361	2.342	2.383	2.486	2.514	2.514	2.477	2.515	2.570	2.577	2.622	2.679	2.747	2.875	2.929	3.030	3.156	3.175	3.194	3.204	3.207	3.208	2.241



Grafica No. 1



Grafica No. 2

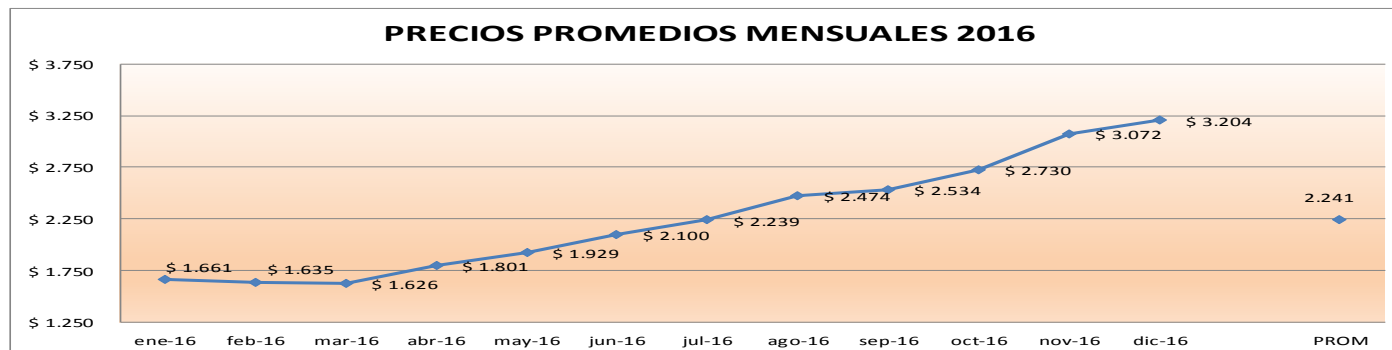


Cuadro No. 2



**PRECIOS PROMEDIOS MENSUALES AL PRODUCTOR 2016  
PRECIO PROMEDIO POR KILOGRAMO**

Departamento	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	PROM
Antioquia	1.820	1.727	1.544	1.496	1.633	1.842	2.175	2.563	2.529	2.913	3.184	3.297	2.227
Boyacá	1.581	1.584	1.366	1.561	1.678	2.081	2.265	2.644	2.519	2.731	3.294	3.456	2.230
Caldas	1.544	1.538	1.536	1.906	1.974	1.996	2.084	2.299	2.656	2.878	3.097	3.207	2.226
Caquetá	2.229	2.150	2.096	2.263	2.351	2.279	2.383	2.346	2.296	2.590	2.822	2.828	2.386
Cauca	1.424	1.332	1.788	1.977	2.131	2.045	1.944	2.137	2.168	2.420	2.740	2.790	2.075
Cundinamarca	1.618	1.643	1.609	1.728	1.726	2.002	2.153	2.459	2.380	2.479	3.086	3.299	2.182
Huila	1.509	1.336	1.471	1.686	1.816	2.088	2.282	2.571	2.607	2.838	3.187	3.049	2.203
Nariño	1.670	1.669	1.562	1.849	1.940	2.022	2.125	2.334	2.356	2.369	2.890	3.085	2.156
N. Santander	1.561	1.541	1.535	1.567	1.974	2.259	2.699	2.836	2.975	3.025	3.513	3.550	2.419
Risaralda	1.787	1.817	1.767	1.935	2.026	2.138	2.192	2.263	2.674	2.932	2.949	3.223	2.309
Santander	1.585	1.546	1.338	1.597	1.708	2.274	2.449	2.900	2.743	2.971	3.428	3.558	2.342
Tolima	1.550	1.629	1.719	1.906	2.062	2.175	2.206	2.550	2.650	2.825	3.069	3.293	2.303
Valle	1.713	1.739	1.815	1.944	2.056	2.103	2.153	2.265	2.392	2.513	2.683	3.010	2.199
<b>Promedio Mes</b>	<b>\$ 1.661</b>	<b>\$ 1.635</b>	<b>\$ 1.626</b>	<b>\$ 1.801</b>	<b>\$ 1.929</b>	<b>\$ 2.100</b>	<b>\$ 2.239</b>	<b>\$ 2.474</b>	<b>\$ 2.534</b>	<b>\$ 2.730</b>	<b>\$ 3.072</b>	<b>\$ 3.204</b>	<b>2.241</b>

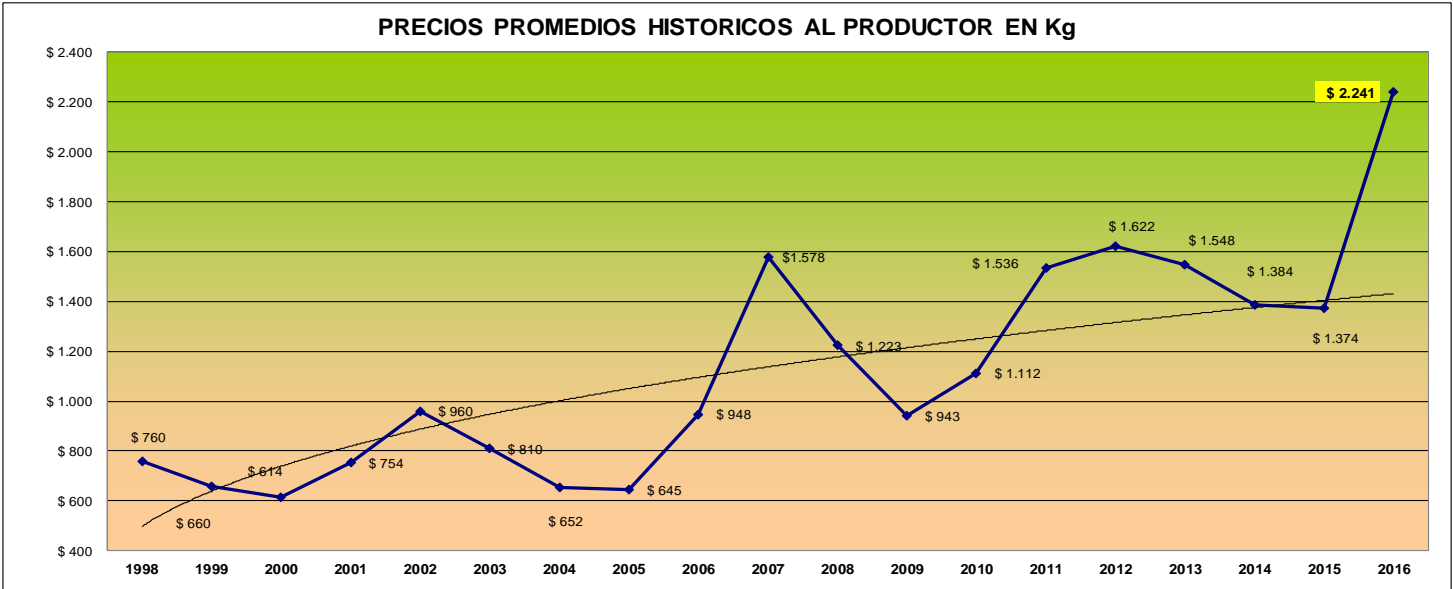


Grafica No. 3


PRECIOS PROMEDIOS HISTORICOS AL PRODUCTOR EN Kg

AÑO	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
PRECIOS	\$ 760	\$ 660	\$ 614	\$ 754	\$ 960	\$ 810	\$ 652	\$ 645	\$ 948	\$1.578	\$ 1.223	\$ 943	\$ 1.112	\$ 1.536	\$ 1.622	\$ 1.548	\$ 1.384	\$ 1.374	\$ 2.241

hasta la  
cuarta  
semana de  
diciembre



**Cuadro 3.**

 <p style="text-align: center;"><b>PRECIOS MENSUALES+ AL PRODUCTOR</b>  <b>DICIEMBRE 2015 - DICIEMBRE 2016</b>  <b>PRECIO PROMEDIO POR KILOGRAMO</b></p>						
MESES	dic-15	dic-16	PROM			
DEPARTAMENTO	3	4		ULTIMO MES	VARIACION \$	% VARIACION
ANTIOQUIA	1.698	3.297	2.498	SUBIO	1.599	94,15
BOYACA	1.538	3.456	2.497	SUBIO	1.919	124,80
CALDAS	1.532	3.207	2.370	SUBIO	1.675	109,32
CAQUETA	2.183	2.828	2.506	SUBIO	645	29,55
CAUCA	1.342	2.790	2.066	SUBIO	1.448	107,96
CUNDINAMARCA	1.560	3.299	2.430	SUBIO	1.738	111,40
HUILA	1.511	3.049	2.280	SUBIO	1.537	101,72
NARIÑO	1.574	3.085	2.329	SUBIO	1.511	96,05
N SANTANDER	1.523	3.550	2.537	SUBIO	2.027	133,07
RISARALDA	1.737	3.223	2.480	SUBIO	1.487	85,59
SANTANDER	1.588	3.558	2.573	SUBIO	1.970	124,03
TOLIMA	1.547	3.293	2.420	SUBIO	1.746	112,90
VALLE	1.656	3.010	2.333	SUBIO	1.354	81,78
<b>PROM NACIONAL</b>	<b>1.615</b>	<b>3.204</b>	<b>2.409</b>	<b>SUBIO</b>	<b>1.589</b>	<b>98,42</b>

### **INFORME PROGRAMA COMERCIAL**

Durante el transcurso del año 2016 a través del Programa Comercial de FEDEPANELA se han desarrollado las actividades programadas dentro de los cuatro componentes definidos en el Plan Estratégico: i). Identificación de mercados, ii). Apoyo en implementación planes de negocios; iii). Diseño proyectos desarrollo tecnológico; iv). Cierre de operaciones comerciales. Con estas actividades se logró avanzar en el fortaleciendo de los productores e integradores comerciales para el desarrollo de negocios formales a nivel nacional e internacional.

En las actividades cabe destacar que continúa una tendencia creciente de interés de compra de panela de valor agregado (panela pulverizada especialmente) identificada en los mercados formales como la industria de alimentos y distribuidores internacionales. Para poder atender estos mercados el área comercial se enfocó en fortalecer y desarrollar a los productores paneleros para dar cumplimiento a los requisitos de estos mercados, por esto se trabajó en conjunto con un grupo de 80 productores priorizados en la implementación de planes de negocio donde los temas trabajados fueron aspectos de calidad, desarrollo de fichas técnicas, solicitud de conceptos sanitarios, análisis de vida útil, desarrollo de

empaques, normatividad de rotulado, y estrategias de comercialización, procesos de certificación orgánica y vinculación a encadenamientos productivos.

En el cierre de operaciones comerciales resaltamos negocios efectuados con supermercados de bajo costo como Tiendas D1 y Justo y Bueno, además del ingreso a la industria de alimentos y cierre de negocios en nuevos mercados internacionales. Sin embargo, la escasez de producto a partir de mayo del presente año, generó algunas dificultades para dar cumplimiento a los compromisos generados con los clientes, sumado a los altos precios del producto.

## **INDICADORES DE GESTIÓN**

Abajo se pueden ver los indicadores de gestión para los cuatro componentes, mostrando un nivel de cumplimiento a diciembre de 2016 del 91.3%, destacándose el trabajo en identificación de mercados el cual cumplió la meta establecida de 80 nuevos mercados, en la implementación de planes de negocio las 80 organizaciones priorizadas desarrollaron planes de negocio y fortalecieron aspectos de calidad e inocuidad para el ingreso a mercados formales.

Se dio cumplimiento a los proyectos de desarrollo tecnológico buscando financiar el plan de actividades comerciales para los próximos años, además de la implementación de protocolos para el desarrollo de productos de valor agregado y fortalecimiento de proveedores.

En el cierre de operaciones comerciales se puede evidenciar que la escasez de producto a partir del mes de mayo del presente año no permitió cumplir las metas propuestas en cierre de negocios, este rubro alcanzó un cumplimiento del 78%.

Ítem	Hito	Cumplimiento				Observaciones
		Prevista	Real	Desviación	Nivel Cumplido	
1	Identificación de mercados a nivel nacional e internacional.	Ponderado		10%	100%	10,0%
1,1	60 mercados potenciales identificados en canales: Almacenes de Cadena, mercado institucional, industria de alimentos y mercado internacional	60	60	0	100%	Ha aumentado la cantidad de requerimientos de clientes potenciales para mercado internacional, institucional e industria de alimentos.
1,2	Mercados identificados con requisitos sistematizados para identificación de productores que pueden cumplir requisitos.	1	1	0	100%	Se han sistematizado requerimientos del 100% de los clientes identificando productores o encadenamientos que pueden abastecer las clientes potenciales
1,3	Listado de productores identificados para abastecer mercados formales y de valor agregado.	1	1	0	100%	Se han priorizado productores atendidos en proyecto cierre de brechas (Conv. 330/15. Vinculando productores nuevos en Nariño, Caldas, Risaralda, Tolima y Cundinamarca.
1,4	Plan de gestión comercial y de cierre de brechas para los mercados priorizados.	1	1	0	100%	plan de gestión definido para el 100% de los productores priorizados.
2	Apoyo en el diseño e implementación de planes de negocios	Ponderado		25%	100%	25,0%
2,1	Productores priorizados cuentan con evaluación de situación productiva, comercial y de cumplimiento de requisitos para el desarrollo de mercados priorizados.	80	80	0	100%	Aprovechando el desarrollo del proyecto Cierre de Brechas (Conv. 330/15) se cuenta con metodología de intervención.
2,2	80 modelos de negocios en desarrollo para los productores, organizaciones y/o empresarios priorizados.	80	80	0	100%	Ochenta organizaciones con modelo de negocio para el desarrollo de mercados priorizados. Se debe pasar a la fase de validación e implementación
2,3	Informe de seguimiento y evaluación al desarrollo del modelo de negocios de 20 esquemas empresariales.	20	20	0	100%	20 encadenamientos productivos priorizados y en desarrollo
3	Gestión y apoyo para el desarrollo de proyectos de desarrollo tecnológico o comercial.	Ponderado		25%	100%	25,0%
3,1	4 proyectos diseñados para fortalecimiento de la gestión comercial y financiamiento para el escalamiento del modelo comercial del gremio panelero.	4	4	0	100%	Se han presentado propuesta a financiadores de Inglaterra y EEUU. Se ha avanzado con la gestión con PROCOLOMBIA y Cooperación de Canadá e Indonesia. Plan USD 10 MM para desarrollo comercial
3,2	1 protocolo diseñado y en implementación para 4 productos con destino a los mercados formales y de valor agregado.	4	4	0	100%	Se ha trabajado en el desarrollo de panela-cocoa, ajuste mezclas de panela para desarrollo mercado institucional.
3,3	1 protocolo de desarrollo de proveedores diseñado y en implementación para 60 productores.	60	60	0	100%	Con 60 productores se tiene el plan de implementación de requisitos técnicos, certificación orgánica y comercio justo.
4	Cierre de Operaciones Comerciales.	Ponderado		40%	78%	31,3%
4,1	6 Nuevos mercados a nivel nacional e internacional alcanzan un volumen de ventas de 300 ton/mes en mercados formales y de valor agregado a través de modelos de integración comercial o esquemas empresariales similares.	300	200	100	67%	Se ha apoyado procesos de integración a cadenas de bajo costo como Justo y Buena, Tiendas D1, además de desarrollo industrial y exportaciones.
4,2	10 Organizaciones de productores se vinculan a mercados formales y de valor agregado con el apoyo del gremio panelero, alcanzando ventas del orden de 200 toneladas al mes.	200	180	20	90%	Se han fortalecido proceso de integración con 8 organizaciones que se han vinculado al mercado internacional e industrias de alimentos. En mercado internacional se han vinculado a exportaciones orientadas a España, Italia, EEUU y Australia. Alcanzando nivel global del orden de 180 ton/mes
Consolidado Nivel Ejecución Ponderado					91,3%	

## IDENTIFICACION DE MERCADOS

En el desarrollo de las actividades comerciales efectuadas a través de la participación que ha tenido FEDEPANELA en eventos como la Macrorueda 2016, gestión con Procolombia y solicitudes directas al correo de Fedepanela, se han podido identificar 60 mercados potenciales en varios segmentos de interés a nivel nacional y a nivel internacional de la siguiente manera:

**\*Mercado de la Industria de Alimentos:** La necesidad de varias empresas de la industria de Alimentos por incluir a la panela como ingrediente en la preparación de nuevos productos ha hecho crecer la demanda de panela pulverizada en este sector por su fácil uso y utilización. Se han atendido requerimientos de empresas como Aldor (Empresa de confitería), Nestlé (Desarrollo de café y panela), Antárdico (granolas y cereales), el Grupo Nutressa (Galletas y Chocolatería), esto con el interés de atender la tendencia creciente del mercado por el consumo de alimentos saludables.

**\*Mercado Institucional:** Con el fin de atender la demanda de panela para atender los requerimientos del ICBF y las Fuerzas Militares, se desarrollaron mesas de trabajo conjuntamente para modificar las fichas de requisitos y procedimientos de acceso a este mercado eliminando las barreras comerciales para que más productores regionales puedan ingresar a abastecer este mercado. Por medio de Colombia Compra Eficiente quien lidera procesos de contratación con el Estado se pudo identificar otros requerimientos a los cuales se vincularon proveedores de panela del área de consolidación definida por la entidad.

**\*Mercado Internacional:** Se identificaron posibilidades de mercado con distribuidores en Italia, Emiratos Árabes, Alemania, Estados Unidos, Francia, Australia, España y Holanda. Mercados con interés de compra de panela pulverizada convencional y panela pulverizada con certificación orgánica especialmente para el mercado europeo y en una menor proporción panela en bloque para el mercado de Estados Unidos. También se ha identificado la necesidad de vincular a productores al proceso de certificación en Comercio Justo para el mercado de Italia y alemán.

### **APOYO EN IMPLEMENTACION DE PLANES DE NEGOCIO**

- A través del proyecto de regalías en el departamento de Nariño también se logró desarrollar un plan de negocios que permitirá articular el trabajo desarrollado por las centrales de Mieles de varios municipios de Nariño. Este plan establecerá las actividades a desarrollar para llegar a atender a diferentes mercados, especialmente la industria de alimentos y el mercado internacional.



- Se trabajó conjuntamente con los gerentes de proyecto a cargo de las Centrales de Mieles de Útica y Caparrapí en Cundinamarca, Alvarado y Palocabildo en el Tolima en los planes de negocio que permitieran una viabilidad comercial, generando estabilidad, solidez y rentabilidad a la operación y brindara las estrategias necesarias al interior de las organizaciones para llegar oportuna y adecuadamente a los mercados formales con demandas vigentes, esto es el mercado institucional, la industria de alimentos y el



. Producción piloto central de mieles de Palocabildo

- Ante el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural se presentó en el primer ciclo de la convocatoria 13 proyectos de Alianzas de los cuales pasaron a la segunda fase del proceso 7 alianzas. En el segundo ciclo fueron presentadas 18 propuestas de Alianzas Productivas para los municipios de Buga, Isnos, Samaná, Marquetalia, Manzanares, Rio Sucio, Filadelfia, Génova- Córdoba- Pijao, San José de Pare, Chitaraque, La Vega, Rosas, Santander de Quilichao, Mallama, Onzaga, Bolivar y Balboa.
- Se identificaron 5 nuevos encadenamientos productivos con integradores comerciales como Monbel (Vinculando a productores de Cundinamarca, Boyacá y Santander), Inversiones Priarr (en trabajo conjunto con productores de Santander y Caldas), Delight Cane (Promoviendo a productores de Cundinamarca), Fruturo (vinculando a Productores de Risaralda) y D-Origen (vinculando a Productores de Santander).



Panela Don Pedro, acompañamiento proceso de certificación orgánica

- Paralelamente se ha apoyado un grupo de productores de panela orgánica que se encuentra en proceso de recertificación, y se están apoyando las actividades de desarrollo de proveedores con otro grupo de productores con potencial de certificación con el fin de vincularlos a procesos comerciales de exportación para atender la demanda insatisfecha que hoy tiene mercado.

## DISEÑO DE PROYECTOS DE DESARROLLO TECNOLÓGICO

- Se participó en la estructuración del proyecto de desarrollo productivo y comercial de la Zona Franca del Huila, centro de clasificación, adecuación y empaque de panela de valor agregado, utilizando los beneficios del régimen franco.
- Ante el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural fue presentado el perfil del proyecto Cierre de Brechas II, con el fin dar continuidad al proceso iniciado en el 2015 donde se desarrollaron y prepararon proveedores y se realizó una ardua labor de promoción internacional del producto.
- Se direccionaron los proyectos de Alianzas Productivas convocados por el MADR, de varias asociaciones organizadas en búsqueda de mejores oportunidades. Se presentaron 12 proyectos de Alianzas de los cuales 7 pasaron a la segunda fase.
- La presentación de propuestas de financiación del programa comercial fue uno de los objetivos ejecutados, esto con el fin de buscar recursos para fortalecer y continuar el trabajo de preparación de productores para el ingreso a procesos de exportación y atención de la demanda insatisfecha.
- Junto con el área de calidad y desarrollo se asesoró y apoyó en temas de mejoramiento de empaques, cumplimiento de normatividad en rotulado, elaboración de fichas técnicas, vida útil del producto, a varios productores que estaban creando productos de valor agregado como bebidas con panela, mieles invertidas, productos de chocolatería y panela pulverizada.
- Se apoyó el proyecto de sostenibilidad y viabilidad económica del funcionamiento del Centro de Investigación de la panela BEKDAU en Supía Caldas.
- Se viene trabajando conjuntamente con PRONATEC empresa Suiza de sostenibilidad y comercio justo de productos agrícolas en Europa, en anteproyecto de apertura y viabilidad de planta a vapor para panela pulverizada en Colombia bajo los conceptos mencionados.



- En el Encuentro de Empresarios paneleros, realizado en septiembre, se obtuvo el plan de trabajo a desarrollarse en los 2 próximos años para procesos de exportación, dando soluciones a capacitación, financiación, fortalecimiento empresarial y estrategias de comercialización para avanzar en el progreso del sector.

. Encuentro de Empresarios Paneleros

- Se inició proyecto para priorizar a productores orgánicos en proceso de recertificación orgánica y a otro grupo con potencial de certificación para atender la demanda creciente del producto en el mercado Europeo.

### **CIERRE DE OPERACIONES COMERCIALES**

- Se apoyó la participación de varias empresas comercializadoras que se presentaron a la licitación de Colombia Compra Eficiente principal empresa de licitación estatal.
- En la rueda de negocios desarrollada en Expopanela 2016, se concertaron más de 120 citas de negocio, donde se vincularon 25 asociaciones oferentes y 15 compradores nacionales e internacionales, que permitieron proyectar un escenario favorable para los productores y comercializadores en el 2017.



Exportación panela pulverizada con destino a España

- Se exportaron durante las 2016 4.913 toneladas de panela, la proyección esperada era de 5600 toneladas, pero debido a la sequía que azotó los cultivos a finales del año 2015 e inicios del 2016 provocó una escasez que no permitió llegar a la meta planteada presentando incumplimiento en entregas por parte de los exportadores. Sin embargo hubo un crecimiento en las exportaciones del 15% con respecto del año 2015.

A nivel nacional se identificó el cierre de operaciones comerciales especialmente en el sector de la industria de alimentos, el mercado HORECA, cadenas de bajo costo como Justo y Bueno y Tiendas D1, calculado en un volumen ventas alrededor de 200 ton/mes.

## **INFORME PROGRAMA PROMOCIÓN AL CONSUMO**

### **PARTICIPACION EN FERIAS Y EVENTOS**

- Participación en la muestra agroindustrial de productos paneleros en el marco del XXX Reinado de la panela en Villeta, Cundinamarca. Montaje de punto de degustación e información con el “carrito panelero”
- Punto de degustación en reunión de alcaldes paneleros de Cundinamarca, Club Social de Villeta.
- Participación en Expo-occidente, feria agroempresarial realizada en la Plata, Huila por la seccional en ese municipio de la Cámara de Comercio de Neiva, que contó con la presencia de asociaciones de productores de la región.
- Participación XXVII Válida de Bicicross, evento organizado por Medicancer en Medellín. Instalación de punto de degustación de productos paneleros y apoyo par participación de jóvenes deportistas en la competición
- Concurso de la mejor panela en el marco de Feria San José de Pare. Apoyo con elementos de promoción para los productores paneleros participantes
- Apoyo al concurso del mejor mular para faenas panelera, en el marco de la feria equina de Alvarado, Tolima
- Participación en exposición “Panela: The New Gold of Colombia”, del artista colombo-británico Omar Castañeda, realizada en el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá.
- Presencia en la inauguración del SENA Agroempresarial de Villeta, para capacitar a los jóvenes que se dedican a trabajar en el campo en el departamento de Cundinamarca.
- Activación Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural: planificación, diseño de ejecución de un Plan de Activaciones en las instalaciones del Ministerio durante el mes de mayo, mediante el montaje de una estación de promoción y degustación con presencia del “Carrito Panelero”, símbolo de la campaña de promoción, exhibidores de productos de innovación y un mural alusivo a las activaciones internacionales de la panela durante 2015 y el desarrollo de actividades como:
  - Degustaciones diarias para funcionarios y visitantes de bebidas frías y calientes preparadas con panela y productos de innovación de la línea Fortipanela
  - “Tomas paneleras” una día a la semana a las oficinas de Ministerio por parte de impulsadoras para hacer entrega de sachets de panela y promover el consumo de los productos paneleros,
  - Participación de productores asociados, para degustaciones especiales
  - Cierre de las activaciones con montaje de una estación de panelaterapia con productos cosméticos elaborados por la empresa Beauty Spa
- Participación en XXXI Expoferia Garzón 2016 con la Asociación de Productores La Garzoneña y la Sociedad de Productores ASOPANELA, de Gigante Huila, mediante el montaje de un stand para exhibición de sus productos, un punto de degustación

de productos paneleros de la región a los visitantes y presencia publicitaria del Fondo de Fomento en la fachada principal del certamen.

- Participación en Agroinnova Caldas Siglo XXI, entre el 25 y el 26 de mayo feria organizada por Fenalco Caldas, con el montaje de un stand para exhibición de productos de innovación y degustación de los mismos.
- Participación en Feria Gastronómica de Tolima, evento organizado por la Escuela de Carabineros del Tolima, con el montaje de un stand y la realización de un show de cocina de platos elaborados a base de panela acompañado de la degustación de productos
- Participación en la Agroferia de Mogotes, Santander apoyo a los eventos y concursos organizados en torno a las actividades paneleras.
- Participación en la Fiesta Carnaval de la Panela en Supía Caldas. Montaje de punto de degustación e información. EL Fondo de Fomento panelero se vinculó a este importante evento con recursos provenientes de la campaña de Promoción al consumo, con el ánimo de contribuir a la preservación de la tradición panelera de la región.
- Participación en las Fiestas del Riel y la Antioqueñidad en Cisneros. El Fondo de Fomento Panelero apoyó el desarrollo de actividades que incluían degustación de producto panelero y obsequios de panela para los asistentes a las fiestas
- Participación en las Fiestas de los municipios de Hato, Confines y Palmas del Socorro en el departamento de Santander. El Fondo de Fomento organizó degustaciones y muestras de producto para los visitantes y concursantes.
- Participación en “Expedición Santander”. El Fondo de Fomento Panelero hizo presencia en los municipios de Guepsa, Oiba y Vélez, apoyando el programa de la Gobernación de Santander “Expedición Santander”, con material publicitario y degustaciones de productos paneleros con lo cual se buscó aumentar el consumo de panela en la región.
- Participación en Tecnicaña. Seminario Internacional Tecnicaña que se llevó a cabo en el Hotel Spiwak, en Cali. El Fondo de Fomento Panelero participó con un stand y un punto de activación repartiendo granizados hechos a base de panela y limón, para promover el consumo de la panela.
- Sugarex en el Centro de Eventos Valle del Pacífico en Cali, Valle. El Fondo de Fomento Panelero participó con un stand y punto de activación, repartiendo granizados hechos a base de panela y limón para promover el consumo de la panela.
- El Fondo de Fomento participó en la feria agroindustrial, equina y ganadera de Florencia de Caquetá, EXPOFLORENCIA 2016, con un stand para la degustación de granizado de panela y para la exhibición de productos hechos con panela, especialmente confitería. En este evento participaron varios de los productores y asociaciones de panela de la región.

## **CAMPAÑA DE INFORMACION Y SENSIBILIZACION SOBRE EL COLOR DE LA PANELA**

- Diseño integral de la estrategia para la campaña de sensibilización sobre el color de la panela, como apoyo a la comercialización y promoción de panelas morenas, en trabajo conjunto con comercializadores de Cundinamarca y Boyacá y la Secretaría de Vigilancia y Control de MADR, con la ejecución de actividades como:
- Elaboración de diseños de piezas de comunicación; impresión y entrega de afiches a comercializadores participantes y a coordinadores departamentales; publicación de afiche en Amigo Tendero y elaboración de cuña; reunión con ediles y autoridades de Barrios Unidos y organización de brigadas para la fijación de afiches en tiendas de la localidad.

## **HERRAMIENTAS PARA LA PROMOCION**

Durante las fiestas en Supía Caldas se hizo entrega de ponchos con el logo bordado, como presencia del Fondo de Fomento en esta actividad.

Entrega de ponchos promocionales para en Encuentro Nacional de Alcaldes de los Municipios Paneleros.

Primera cabalgata del campesino cañicultor del municipio de Chitaraque, se apoyó y acompañó la actividad con la entrega de machetes y azadones los cuales fueron repartidos entre los participantes a la cabalgata, productores dedicados a la producción y elaboración de Panela.

Se contó con la participación de 1.500 productores de los diferentes municipios aledaños, como fue, Chitaraque, Santana, Gambita, Confines, Oiba y demás municipios que hacen parte de la Hoya del Río Suarez, de los departamentos de Boyacá y Santander.

## **COMUNICACIÓN Y MANEJO DE MEDIOS**

Divulgación de los programas y actividades del Fondo de Fomento Panelero en las áreas técnicas, comercial, de comunicaciones y vigilancia y control a través de intranet, en las redes sociales (Facebook, twitter) y por la página web de Fedepanela.

De igual manera a través de boletines informativos se da a conocer la actividad del Fondo de Fomento panelero a nivel externo.





**XXVII Válida de Bicicross- Medicáncer- Medellín Antioquia**



**Punto degustacion evento Policía Nacional Ibagué- Tolima**



*Punto de degustación en reunión de alcaldes paneleros de Cundinamarca*



*Presencia Presidente Juan Manuel Santos, inauguración centro de capacitación SENA, en Villeta*



*Inauguración centro de capacitación SENA, en Villeta*





***El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural, Aurelio Iragorri, disfrutó de las degustaciones programadas en el mes de mayo en las instalaciones del Ministerio.***



***Funcionarios del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural durante todo mayo compartieron el dulce sabor de la panela.***



***Participación en XXXI Expoferia Garzón***



*Punto degustación ferias Agroinnova Caldas.*



*Punto de degustación en Vélez Santander*



*Presencia del Fondo de Fomento Panelero en Oiba, Santander.*



*Presencia del Fondo de Fomento Panelero en Tecnicaña con material publicitario*



*Participación en SUGAREX 2016, EN Cali- Valle*



*Afiche Campaña el Color de la Panela entregado a los coordinadores departamentales Herramientas para la Promoción*



## Divulgación en medios masivos



Publicaciones redes sociales/Facebook y Twitter

## **INFORME PROGRAMA COMISION NACIONAL DE VIGILANCIA PARA LA CALIDAD DE LA PANELA**

### **DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE LA COMISION**

- Reactivación de los Comités Departamentales de Vigilancia para la calidad de la panela en Tolima, Nariño, Huila, Valle.
- Se identificaron las principales actividades desarrolladas por parte de los productores y comercializadores de panela así: Comercialización de panela sin empacar, uso de sustancias prohibidas en la producción, no cumplimiento de envases y embalajes en la comercialización, incumplimiento del peso anunciado en los envases, uso de azúcar en la producción de panela, no pago de la cuota de fomento panelero
- Se tomó como base del estudio el Municipio de la Peña Cundinamarca donde se identificaron como causas que generan el incumplimiento de la normatividad vigente para la producción y comercialización de panela que los productores están partiendo en la producción con jugos que solo tienen 16° Briz y una acidez de 3.2%, esto por la falta de estudios de suelos, no corrección de la falta de elementos mayores y menores en el cultivo de la caña, presencia alta de diatreas y malas prácticas de producción, como aporte a la socialización se desarrolló día de campo y se compartió las alternativas de solución.
- Desarrollo de talleres pedagógicos en Cundinamarca en los municipios de Quipile, Villeta en dos ocasiones, Nocaima, La Peña, Caparrapi, Anapoima, Guayabal de Siquima, Viani, Bituima, Chaguaní, Santander en Vélez y San Gil, Boyacá en Santana, Tolima en Mariquita y Palocabildo, Huila en Pitalito y San José de Isnos, Antioquia Central Mayorista de Medellín, Valle en Cali, Bogotá en la Central de Abastos, Corabastos.
- Articulación con el Invima para en la ejecución de las actividades de IVC en Bogotá en centros de empaque de panela de Mercados Zapatoca, empacadora de panela El Triunfo, calle 1 B No 35-A-46 Barrio Ciudad Montes, propiedad de Adolfo García, empacadora de panela San Pablito, Cra 78 G No 5C 44, propiedad de Benjamín Herrera, empacadora de panela Tobi-Panela, Bodega 16 Local 13 Central de Abastos, Corabastos, propiedad de Guillermo Olaya, en Cundinamarca cierre de la empacadora de panela El Tomatero de Nocaima, Cierre de dos trapiches en el sur del Valle y inspección y control de 18 trapiches en el Norte del Cauca

- Articulación con la Secretaria de Salud de Cundinamarca para el control del uso de sustancias prohibidas en los municipios de Fosca, Gutiérrez, Zipaquirá, San Francisco, Nocaima, Guatavita, El Colegio, Villeta, Guasca, Tena, Arbeláez, Cabrera, donde dieron positivo para hidrosulfito de sodio.
- Articulación con la Policía Nacional para la recuperación de panela robada en San Alberto Cesar. Se recuperaron 350 cajas y captura de 1 persona.
- En Aguachica Cesar se recuperaron 150 cajas de panela robada
- Inspección de panela en la central de Abastos de Cúcuta, Medellín, Manizales y Guepsa por indicios de ser elaboradas con azúcar.

### INCAUTACIONES DE PANELA AÑO 2016

INCAUTACION EN UNIDADES DE PANELA AÑO 2016	
Enero	310.427
Febrero	482.837
Marzo	250.014
Abril	239.336
Mayo	169.979
Junio	437.965
Julio	148.521
Agosto	232.995
Septiembre	2.500.024
Octubre	143.557
Noviembre	70.721
Diciembre	55.597
<b>Total</b>	<b>5.041.973</b>

*Fuente Sijin DICAR, Policía Nacional*



## COMPARATIVO INCAUTACION DE PANELA AÑOS 2015 -2016

INCAUTACION EN UNIDADES DE PANELA		
AÑO	2015	2016
Enero	207.879	310.427
Febrero	342.265	482.837
Marzo	382.268	250.014
Abril	256.821	239.336
Mayo	392.981	169.979
Junio	315.953	437.965
Julio	331.878	148.521
Agosto	720.177	232.995
Septiembre	380.950	2.500.024
Octubre	408.722	143.557
Noviembre	397.892	70.721
Diciembre	371.923	55.597
<b>Total</b>	<b>4.511.724</b>	<b>5.043.989</b>

Fuente Sijin DICAR, Policía Nacional

