



CICLO DE FORMACIÓN TÉCNICA Y COMERCIAL PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS AGROEMPRESAS

TENDENCIAS DE CONSUMO, INTELIGENCIA DE MERCADOS Y RETOS DEL SECTOR PANELERO

**FEDEPANELA
OCTUBRE 9 DE 2020**



OBJETIVOS



- Identificar tendencias de consumo
- Señalar las oportunidades comerciales
- Conocer los requisitos para el ingreso a los mercados donde hay oportunidades.
- Explorar diferentes herramientas de búsqueda para la investigación de mercados.
- Conocer herramientas y estrategias de integración productiva y comercial.
- Identificar retos y oportunidades en el sector.

TENDENCIAS DE CONSUMO

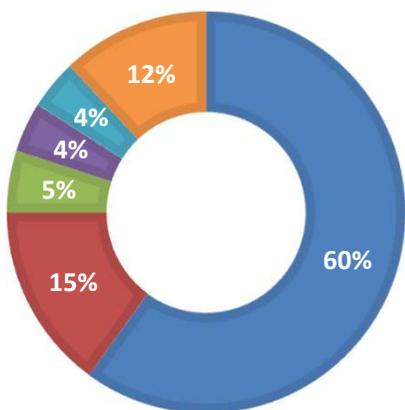




LA PANELA Y EL MUNDO



PARTICIPACIÓN PRODUCCION INTERNACIONAL DE PANELA 2018

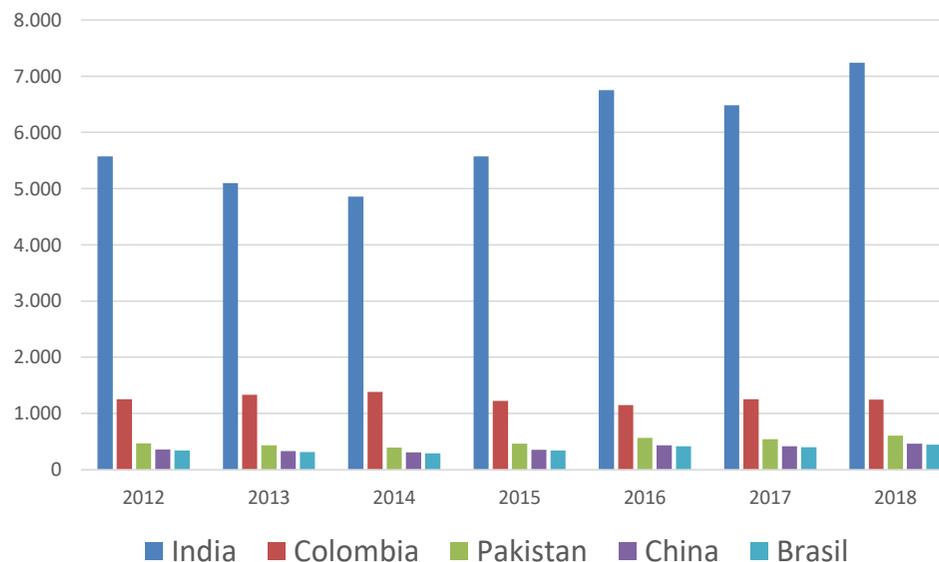


■ India ■ Colombia ■ Pakistan
 ■ China ■ Brasil ■ Otros

La panela es un producto no transable, es decir los países productores autoconsumen la mayoría de su oferta.

Colombia es el segundo productor después de la India y primer consumidor per cápita

PRODUCCION INTERNACIONAL DE PANELA 2012-2018
(Miles de toneladas)

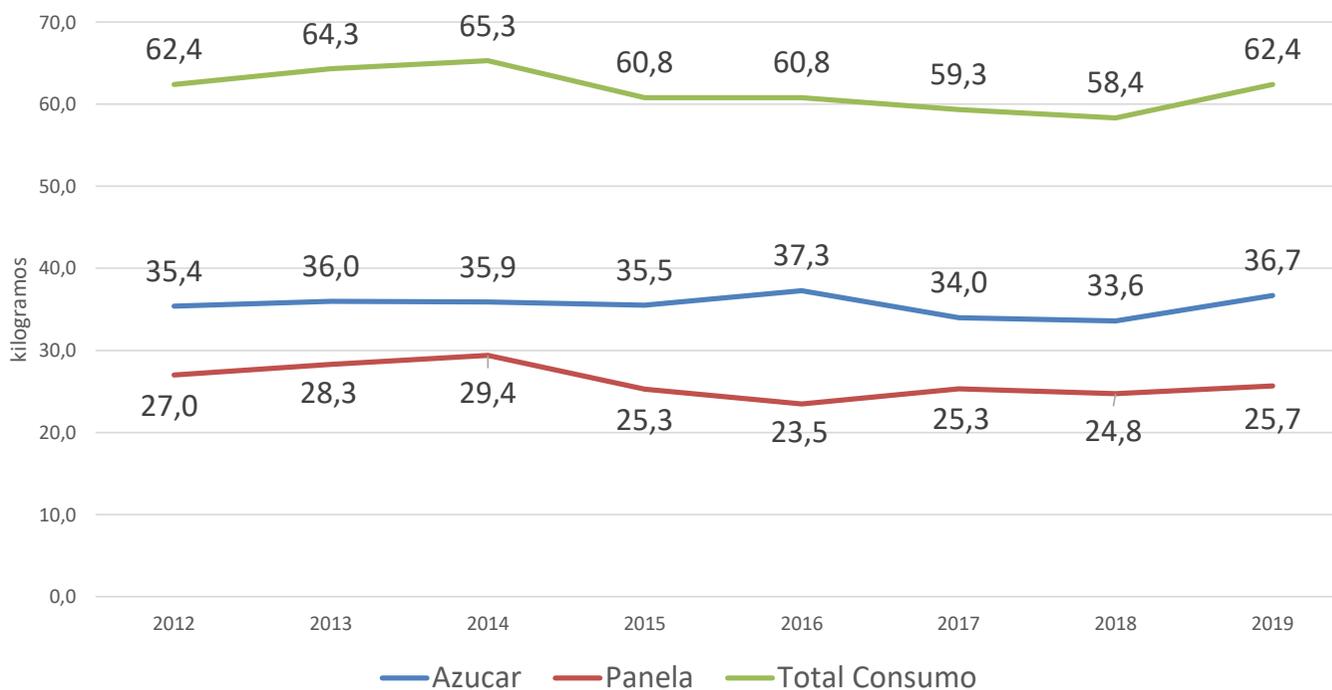


PAIS	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
India	5.570	5.100	4.859	5.571	6.753	6.484	7.236
Colombia	1.253	1.330	1.387	1.223	1.150	1.254	1.248
Pakistan	469	433	396	465	566	542	607
China	359	330	307	357	434	416	465
Brasil	344	316	294	342	416	399	446
Otros	1.137	1.044	984	1.135	1.377	1.332	1.488
TOTAL	9.132	8.553	8.227	9.093	10.696	10.427	11.490

Fuente: Cadena agroindustrial de la panela. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural 2019. FAOSTAT, Fedepanela.



CONSUMO PERCAPITA AZUCAR - PANELA COLOMBIA 2007-2019



En el 2015 la OMS realiza una recomendación de ingesta de azúcares basada en el 5% de la necesidad calórica diaria es decir cerca de 9 kilos año por persona. El Ministerio de Salud y Protección Social se acoge a través de la Resolución 3808 del 2016

El promedio mundial per cápita del consumo de azúcares está en 24 kilogramos.

Fuente: Asocaña, MADR, Fedepanela, DANE.
2019 -2020



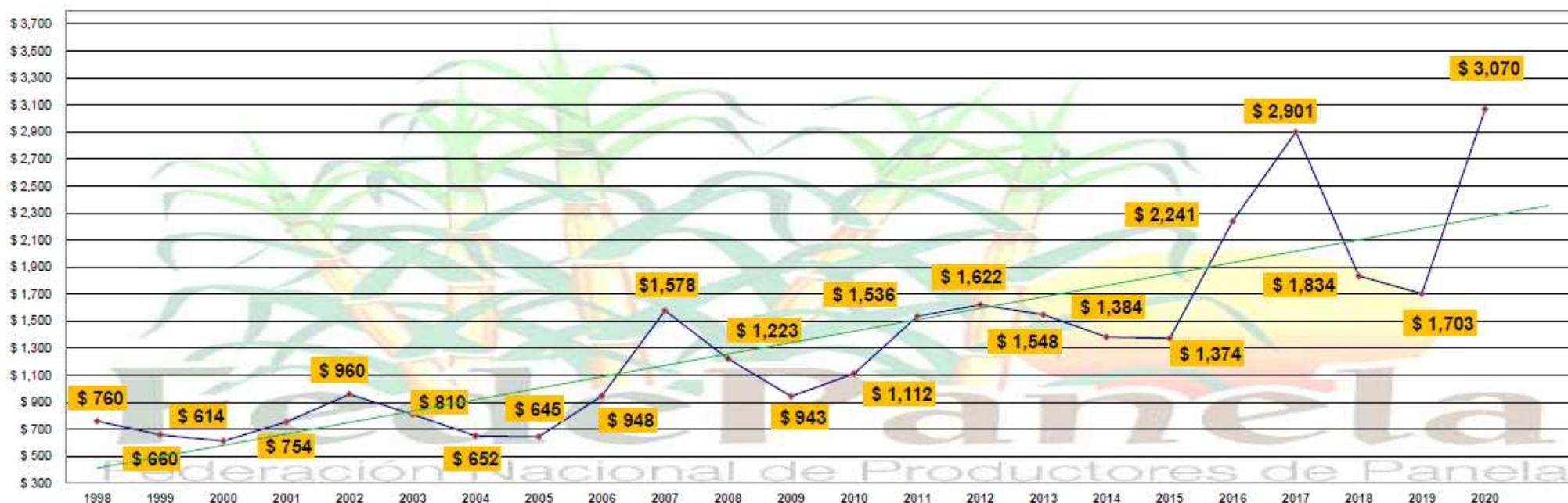
HISTORICO DE PRECIOS PROMEDIO PAGOS AL PRODUCTOR



AÑO	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
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	\$ 2,901	\$ 1,834	\$ 1,703	\$ 3,070

1 SEMANA DE OCTUBRE

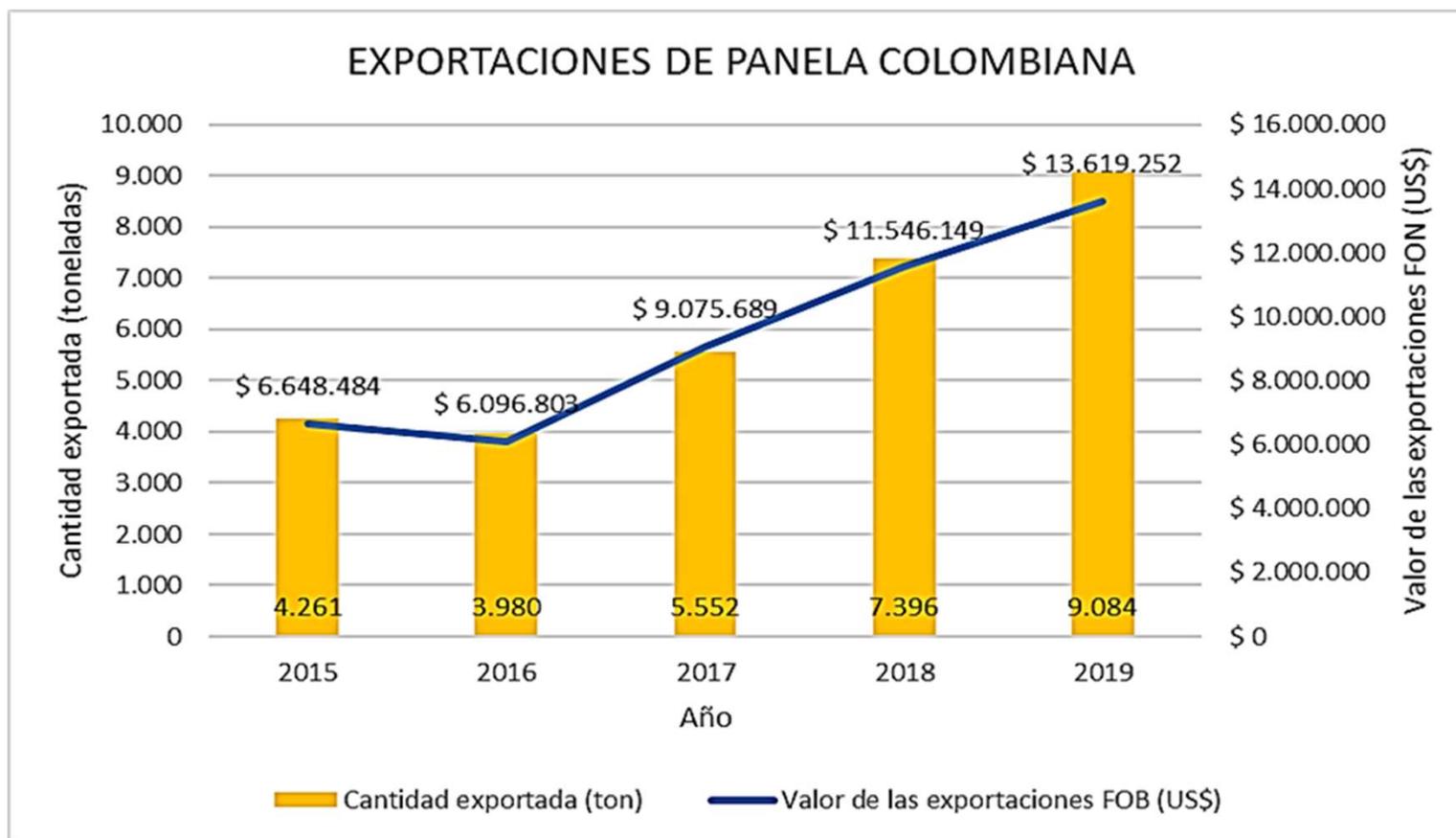
PRECIOS PROMEDIOS NACIONALES HISTORICOS AL PRODUCTOR POR Kg (PANELAS CORRIENTES)



Fuente: Plataforma SIPA, Fedepanela



COMPORTAMIENTO DEL MERCADO INTERNACIONAL



103,6%

Crecimiento de las exportaciones de panela 2015-2019

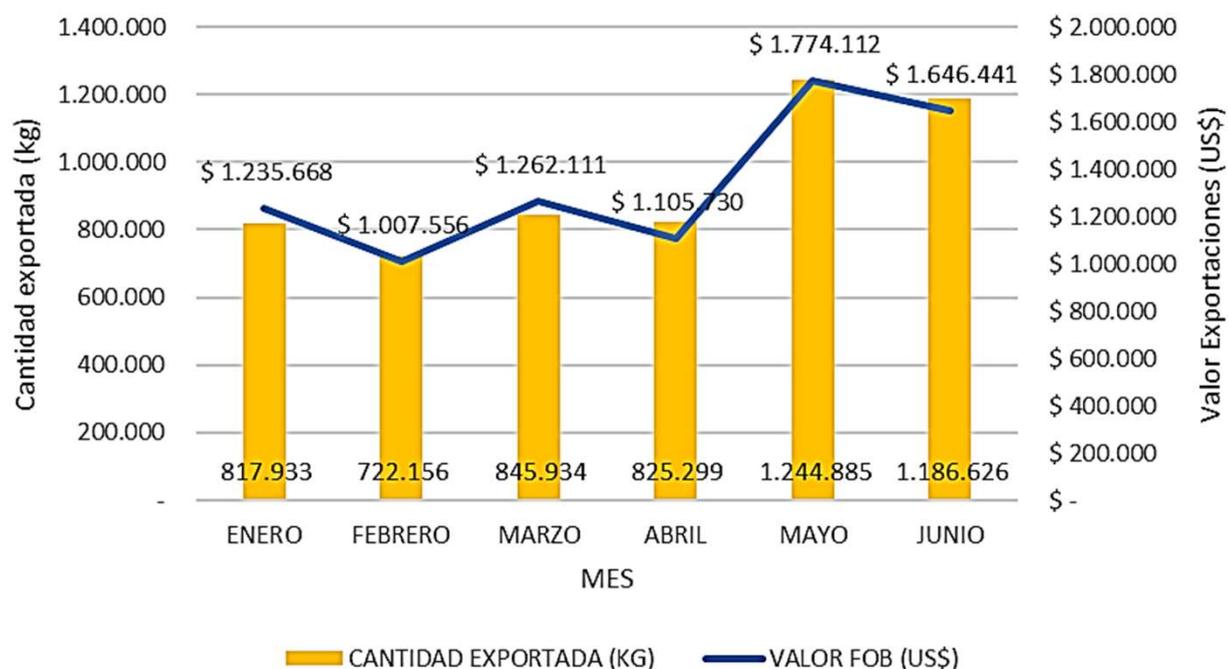
Fuente: DIAN, DANE



COMPORTAMIENTO DEL MERCADO INTERNACIONAL



Exportaciones 2020 ENE - JUN



Fuente: DIAN, DANE

Exportaciones
no tradicionales
para resaltar:

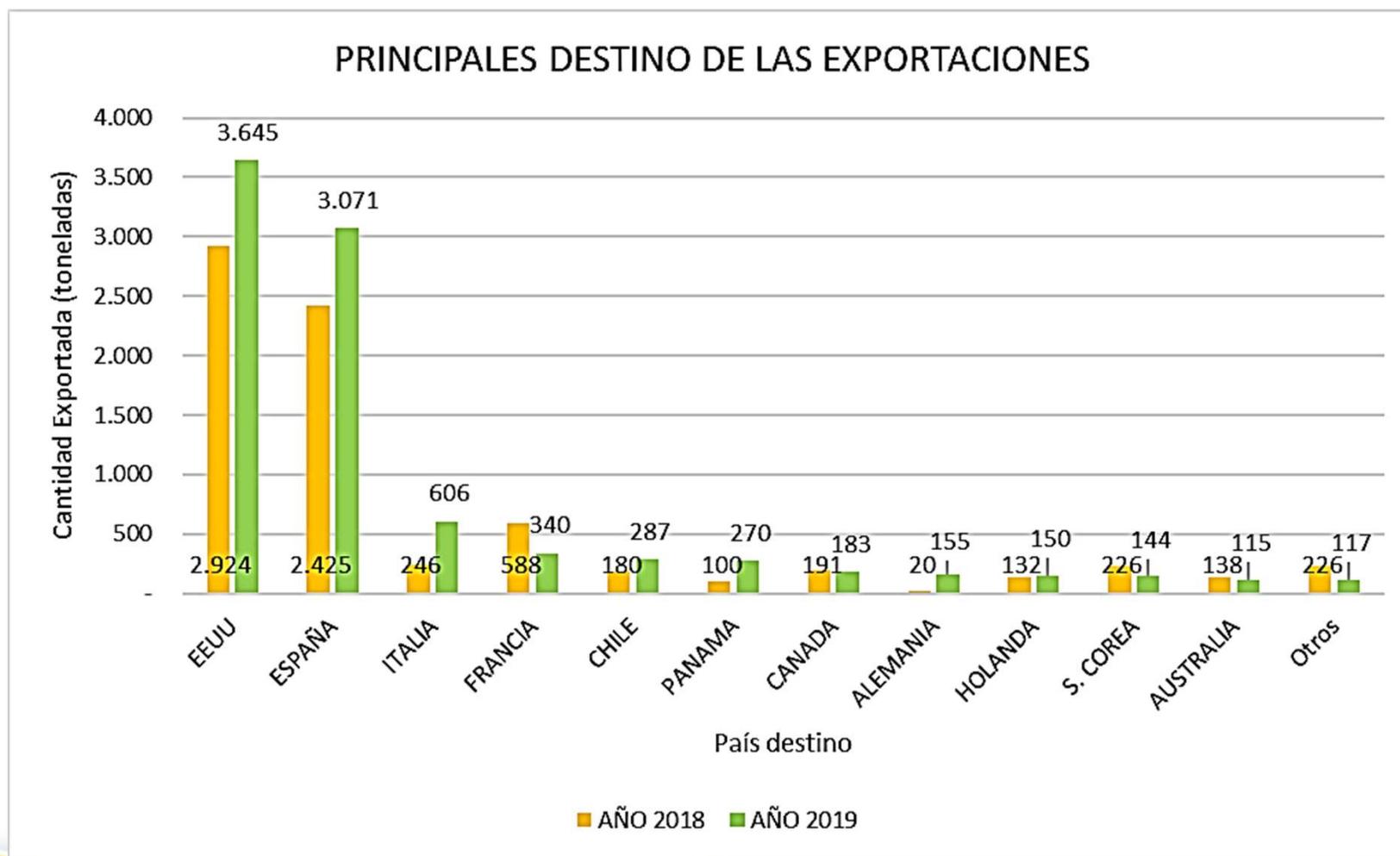
Aguacate Hass
Creció **36,2%**
con ventas de
\$72 millones
de dólares

Carne bovina
Creció **53,8%**
con ventas de
\$44 millones
de dólares

Panela
Creció **29,8%**
con ventas de
\$8 millones
de dólares

(Durante el primer semestre del año 2020)

COMPORTAMIENTO DEL MERCADO INTERNACIONAL





TENDENCIAS DEL MERCADO DE ALIMENTOS

1. Alimentación saludable, aporte nutricional
2. Trazabilidad (¿Dónde?, ¿cuándo?, ¿cómo?, ¿quién?)
3. Sostenibilidad (compromiso ético y social)
4. Responsabilidad ambiental
5. Marketing digital

Tendencias mundiales en alimentos y bebidas para el 2018. Mintel
Alimentación saludable, la gran tendencia de consumo actual. Aina. Noemi Vidal. 2018

En UK el **57%** de los consumidores están dispuestos a comprar productos que apoyen a sus productores



34% 2018

de los consumidores considera que lleva una dieta saludable, 5% más que el año anterior.



1% 2006-2007
22% 2016-2017

Productos que incluyeron en sus empaques algún mensaje de cuidado del medio ambiente



17% 2006-2007
29% 2016-2017

Productos que incluyeron en sus empaques algún lema de alimentación saludable



Nutrition Facts	
Serving Size	ml
Serving Per Container	
Amount Per Serving	% Daily Value*
Calories	Cal
Total Fat	
g	%
Saturated Fat	
g	%
Sodium	
mg	%
Total Carb	
g	%
Dietary Fiber	
g	%
Sugars	
g	
Protein	
g	

*Percent Daily Values are based on a diet of 1 calorie diet.

El **80%** de los consumidores se fijan en la tabla nutricional de los empaques de los alimentos que compran

Un **77%** de los consumidores han manifestado haber hecho compras de alimentos por internet





TENDENCIAS DE LOS CONSUMIDORES

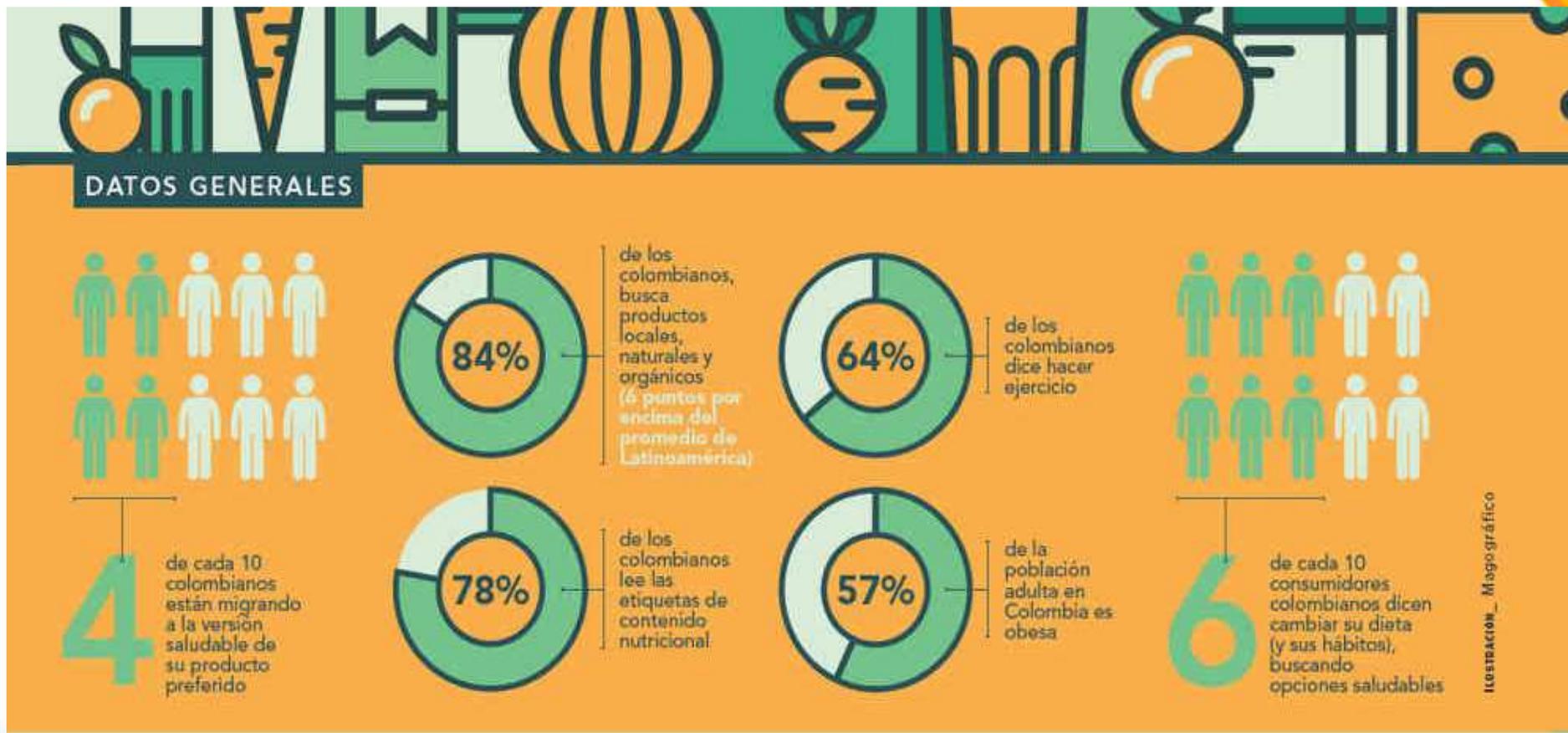


LOS CONSUMIDORES GLOBALES PAGARÁN MÁS POR:



Fuente: Nielsen Global Premiumization Study (2018)

TENDENCIAS DE LOS CONSUMIDORES COLOMBIANOS



Fuente: Revista Dinero. Mercado de alimentos saludables en Colombia 2018.



TENDENCIA DE MERCADOS ORGÁNICOS



69.8 millones ha 2017
50.9 millones ha 2015
Cultivos orgánicos en el mundo

178 Países cultivan productos orgánicos

El mercado EEUU orgánico 2017

49 billones USD

Aumento millones de ha sembradas 2015 - 2017

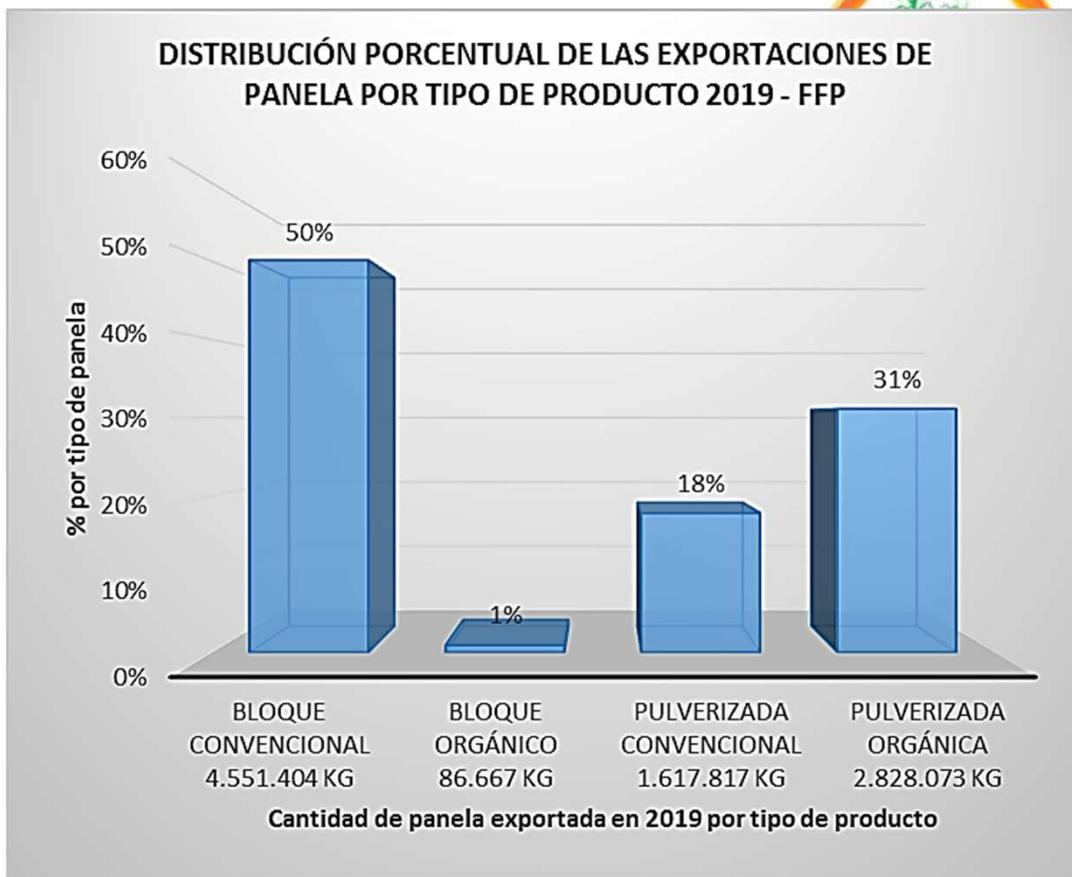
Europa	12.7 – 14.6
Latinoamérica	6.7 – 8.0
Asia	4.0 – 6.1
Oceanía	22.8 – 35.9
Norteamérica	3.0 – 3.2
África	1.7 – 2.1

34 billones USD

El mercado europeo orgánico 2017

Los departamentos con producción de panela orgánica: Cundinamarca, Huila, Tolima, Cauca, Risaralda

En el 2017 en Colombia habían 31.621 ha de cultivos orgánicos (puesto 10 LA)



Margen de utilidad es mayor al de la panela convencional entre el 15% - 30%

El 95% de la producción orgánica colombiana se exporta.

TENDENCIA INTERNACIONAL DE COMERCIO



1/3 Del comercio mundial es de agroalimentos



1/3 se realiza a través de **cadenas de valor encadenamientos**



Facilitan la integración de países en desarrollo al mercado mundial.



Fomento de mejores prácticas para un desarrollo sostenible



Impacto económico, social y ambiental

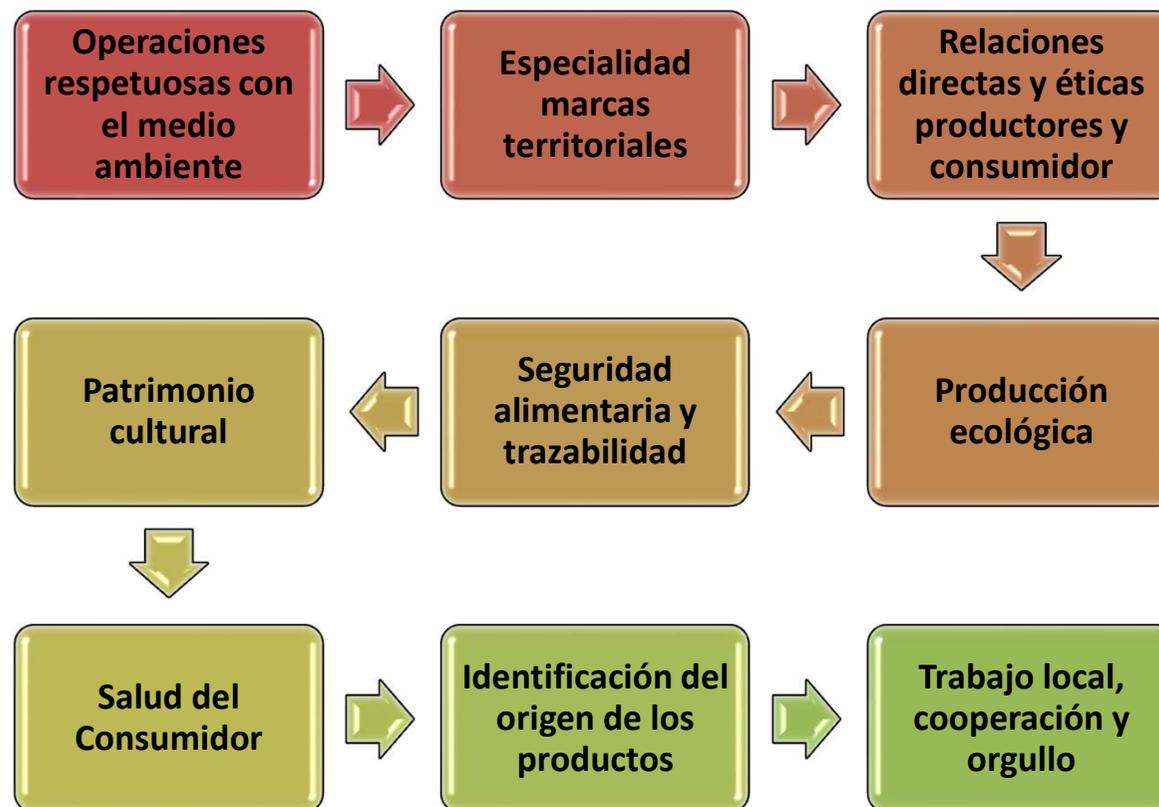


- *Mejoramiento de la competitividad
- *Integración de pequeños y medianos productores
- *Implementación de tecnologías
- *Implementación de herramientas digitales.
- *Mejoramiento de competencias de agricultores y trabajadores.

Retos:

- ✓ Políticas y mecanismos de apoyo gubernamentales, privadas y gremiales.
- ✓ Rápida transformación y visión de cambio.
- ✓ Recursos para promover la apertura de mercados.
- ✓ Mejoramiento de infraestructuras y cumplimiento de restricciones sanitarias y de calidad.

CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN





INTELIGENCIA DE MERCADOS



- Toma de decisiones
- Búsqueda de oportunidades
- Identificación tendencias del mercado
- Orientar esfuerzos comerciales
- Direccionamiento del modelo de negocios





HERRAMIENTAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



- Nacional

SIPA

Sistema de información Panelero

www.sipa.org.co



- ✓ Precios pagados a los productores por departamento. Semanales
- ✓ Histórico de precios anuales
- ✓ Cifras de producción, rendimientos, áreas



PARTIDA ARANCELARIA



'Tariff Heading'



Subpartida panela: 1701.13.00.00

- ✓ Identificación del producto a nivel internacional
- ✓ Pago (o descuento) de aranceles
- ✓ Aplicación a acuerdos comerciales
- ✓ Control de estadísticas de comercio internacional



HERRAMIENTAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



- Internacional

DANE
INFORMACIÓN PARA TODOS

www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones

- ✓ Estadísticas de comercio internacional a nivel **Colombia**
 - ✓ Importaciones y exportaciones
 - ✓ Cantidades, valores, destinos, orígenes, empresas



International
Trade
Centre

www.trademap.org

- ✓ Estadísticas de comercio internacional a nivel mundial
 - ✓ Importaciones y exportaciones
 - ✓ Cantidades, valores, destinos, orígenes



Instructivo. Consulta de datos de comercio internacional

Disponible en:
www.fedepanela.org.co/gremio/



REQUISITOS DE ENTRADA Y SALIDA



Desde y hacia Colombia

- ✓ Estructura arancelaria
 - ✓ Impuestos
 - ✓ Documentación requerida

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>



<https://www.macmap.org/es/>

Características especiales por país:

- ✓ Partidas arancelarias especiales por país
- ✓ Aranceles (País origen – país destino)
- ✓ Acuerdos comerciales
- ✓ Requisitos de ingreso por país, documentación

**EXPORT
ACCESS**

Busque más allá de las fronteras

<http://www.exportaccess.intradebid.org/>

Características especiales por país (Américas y el Caribe):

- ✓ Partidas arancelarias especiales por país
- ✓ Aranceles (País origen – país destino)
- ✓ Acuerdos comerciales
- ✓ Requisitos de ingreso por país, documentación



SITIOS DE INTERÉS



PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

www.procolombia.co

www.ruta-exportadora.procolombia.co

TÍTULO DE LA OPORTUNIDAD: CAFÉ VERDE BIO/ORGÁNICO FRANCIA

PAÍS: Francia	UNIDAD DE PRECIO: Pallet	APLICAR ESTA OPORTUNIDAD: <input type="checkbox"/>
CIUDAD: PARIS	RANGO DE PRECIO: 1	
CANAL: Distribuidor	PRECIO OBJETIVO: 1	
VOLUMEN: 1	FECHA DE INGRESO: Miércoles, Septiembre 30, 2020	
UNIDAD: Pallet	FECHA DE EXPIRACIÓN: Viernes, Enero 8, 2021	

DESCRIPCIÓN:
Café Orgánico en verde con certificado bio para torrefacción. El comprador prefiere trabajar productores pequeños donde se tenga trazabilidad. Prioridad a los temas de protección ambiental, empresas con sostenibilidad ambiental.



www.oportunidades.procolombia.co



SITIOS DE INTERÉS



PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



Directorio de
Distribución Física
Internacional



Rutas y Tarifas de
Transporte

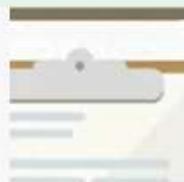


Alianzas Courier



Simulador de
costos logísticos

Simulador de
Costos DFI



Lista de chequeo



Incoterms® 2020



Aspectos
Logísticos para la
exportación de
perecederos



Perfiles
Logísticos de
Exportación por
País

<https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador>



OPORTUNIDADES DEL SECTOR





OPORTUNIDADES EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA (MP)

1. Chocolatería

2. Dulcería

3. Panadería

4. Repostería

5. Bebidas

6. Granolas y barras de cereal

Industrias de alimentos con demanda de producto:
Aldor, Casa Luker, Nestlé, Quala, Harinera del Valle, Gur Vital, Nutressa



Requisitos

- Calidad
- Inocuidad
- Físicoquímicos específicos
- Formalidad y solidez organizacional



OPORTUNIDADES EN LA ALIMENTACIÓN ANIMAL

1. Melaza

2. Silo

3. Bloques nutricionales



OPORTUNIDADES EN LA DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS



LEY 2005 DE 2019



TURISMO – RUTAS DULCES



LICORES ARTESANALES





OPORTUNIDADES EN EL MERCADO INSTITUCIONAL



La ley de incentivos a la calidad, promoción y comercialización de panela (Ley 2005/2019) en su artículo 12 promueve las compras institucionales de panela en las entidades del estado.

La inclusión de la panela en el acuerdo marco de compras de Aseo y Cafetería a través de Colombia Compra Eficiente.

Aprobación proyecto de ley 139 Cámara - 26 Senado “Por el cual se establecen los mecanismos para promover la participación de pequeños productores locales agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los mercados de compras públicas de alimentos”

Casos de éxito con el PAE Cundinamarca, PAE Caldas, PAE Cauca

Los documentos de investigación de respaldo sobre el valor nutricional de la panela y su inclusión en los ciclos de menú.



OPORTUNIDADES REGIONALES – COMERCIO ELECTRONICO



EL CAMPO a un clic

¿Quieres ser parte?

Sigue los siguientes pasos:

1

Ingresa a la página www.minagricultura.gov.co y accede al botón de **El Campo a un Clic**

2

Ofrece tus productos

También puedes acercarte a las **Secretarías de Agricultura Departamentales**. Para esto es importante que:

- Lleves tu cédula de ciudadanía.**
- Datos generales de ubicación.**
- Fotos de los productos y cantidad disponible.**

El campo es de todos Minagricultura





CERTIFICACIONES DE VALOR AREGADO



FAIRTRADE
INTERNATIONAL



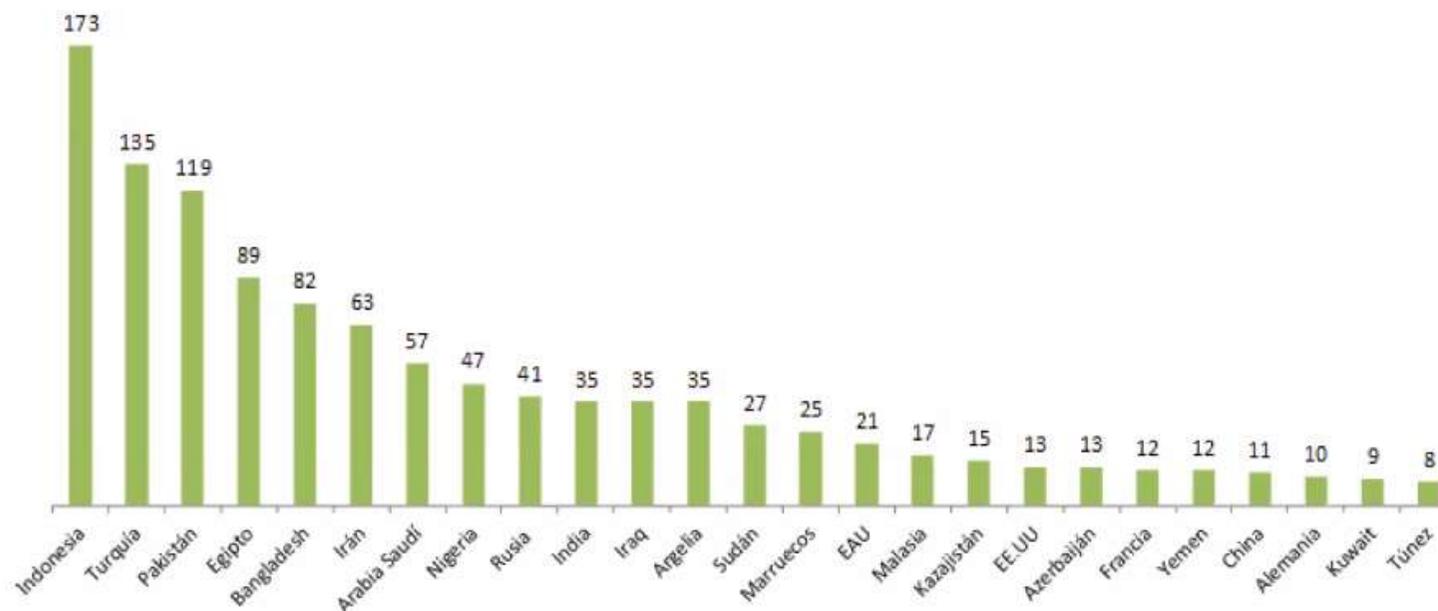


El Auge de la Alimentación Halal



Indonesia Lidera el Consumo de Alimentos Halal

Principales Consumidores de Alimentos Halal
(\$US MM, 2018)



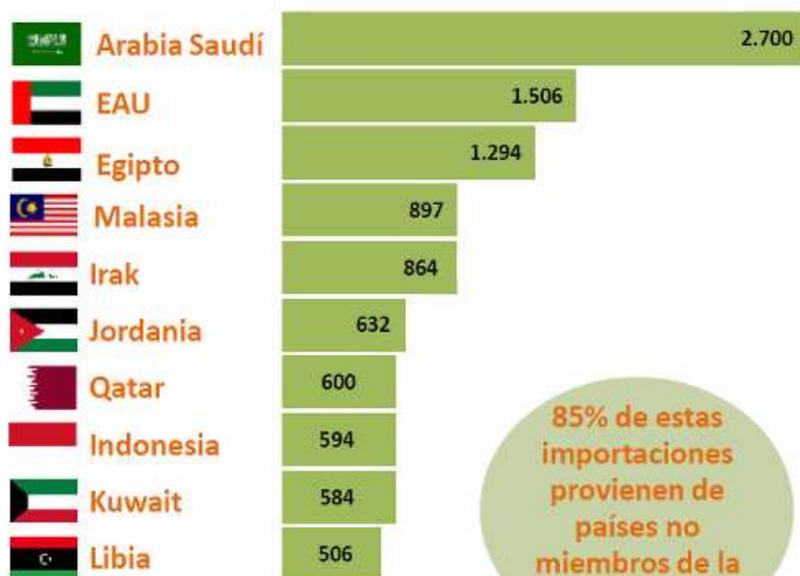
Fuente: State of the Global Islamic Economy Report (2020)

El Auge de la Alimentación Halal



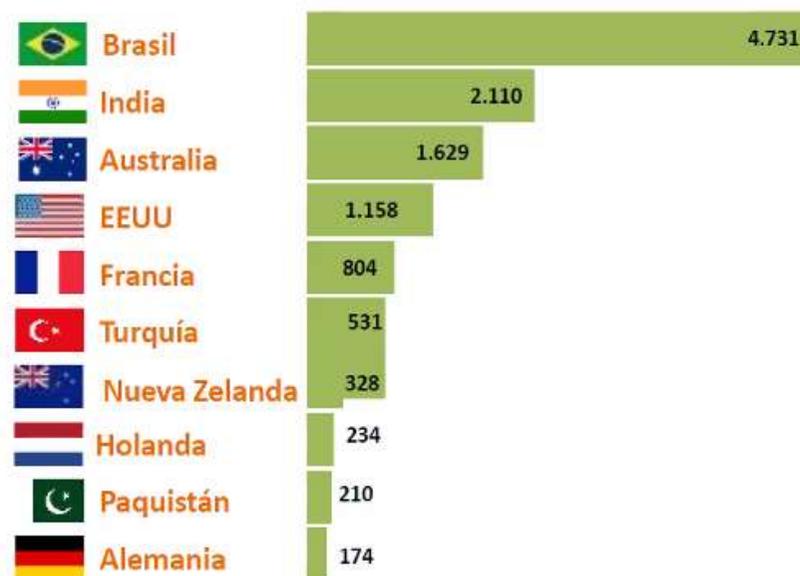
Exportaciones e Importaciones de Carne y Animales Vivos de la OIC

Principales Importadores de la OIC (\$US M, 2013)



85% de estas importaciones provienen de países no miembros de la OIC

Principales Exportadores a la OIC (\$US M, 2013)



Fuente: Thomson Reuters Report (2015)



Una Oportunidad para Colombia



Un Gran Potencial

AUMENTO EN LAS EXPORTACIONES DEL AGRO

PRODUCTOS TRADICIONALES



PRODUCTOS NO TRADICIONALES



*Periodo enero-junio

Fuente: Min. Agricultura / Gráfico: LR-ER

Fuente: Halal Trade and Marketing Centre (2020)



INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS ATRIBUTOS DIFERENCIALES



Alto contenido de minerales. Cobre, hierro, manganeso

FSA (2002)
Guerra and Mujica (2010)
Unicamp and NEPA (2011)
Waheed and Ahmad (2008)
Romo et al. (2008)

Reducción en el desarrollo de arterioesclerosis, presencia de policosanoles

Okabe et al. (2009)
Estudios Kokuto Japón (2008, 2012, 2014)

Capacidad antioxidante

Harish Nayaka et al. (2009)
Inafuku et al. (2007)
Okabe et al. (2009)
Payet et al. (2005)
Phillips et al. (2009)

Caracterización organoléptica Panela regional

Primer perfil de taza Fedepanela Brechas 2016
Concursos de taza Cundinamarca
CI Proba (2019)
Propuesta guías caracterización organolépticas Fedepanela
(2020).
Proyecto laboratorio referencia (2020)



RETOS



Fortalecimiento de estándares sanitarios, de calidad e inocuidad para cumplimiento de requisitos.

Aprovechamiento los acuerdos comerciales internacionales

Implementación de sistemas de trazabilidad.

Conformación de cadenas de valor o encadenamientos que permitan la competitividad y sostenibilidad.

Implementación de plataformas digitales de comercialización y uso de TIC'S

Diseño de modelos de negocio acorde a las tendencias, oportunidades y requisitos que ofrece el mercado.

Sustentabilidad de la cadena



PARAMETROS DE LA FORMALIDAD EMPRESARIAL



La formalidad empresarial es definida como el compromiso y la responsabilidad de la empresa para con los actores de su entorno y el cumplimiento de la normatividad vigente(1)(2).



TRABAJADORES

Contratación laboral
Pago de Parafiscales
Seguridad y salud en el trabajo
Normatividad:
Ley 100 de 1993
Decreto 2616 de 2013
Resolución 0312 de 2019



MEDIO AMBIENTE

Uso del suelo
Licencia de vertimientos y emisiones
Normatividad:
Decreto 050/18 Permiso de vertimientos al suelo
Resolución 631/15 Vertimiento de aguas superficiales
Decreto 1076/15 Permiso de concesión aguas CAR
Resolución 760/10 Emisiones atmosféricas
Ley 388/77 Ordenamiento territorial y uso del suelo



CONSUMIDORES
(SANITARIA Y DE CALIDAD)

Protección al consumidor
Calidad del producto
Normatividad:
Resolución 779/06 (Producción de Panela)
Resolución 2674/13 (BPM)
Resolución 5109 (Rotulado)
Resolución SIC 37321/14 (Tolerancia peso)
Otras específicas según requisitos del mercado (FSMA - IFS – HACCP- Certificaciones de valor agregado)



ASOCIADOS O ACCIONISTAS

Responsabilidades internas según naturaleza de la empresa: dividendos, servicios, beneficios para los asociados, impacto social
Normatividad:
Decreto 410 de 1971 - Código de Comercio
Ley 79/88 - ESAL



ESTADO
(LEGAL Y TRIBUTARIO)

Registro de empresa, pago de impuestos y declaraciones, informes contables
Normatividad:
Decreto 2649/93 (Registro e informes contables)
Decreto 2150/17 (ESAL)
Ley 40/90 (Cuota de Fomento Panelero)
Estatuto Tributario Nacional

(1) <https://www.ambitojuridico.com/noticias/general/mercantil-propiedad-intelectual-y-arbitraje/formalizacion-empresarial-mas-que-un>
(2) http://www.colombiacompetitiva.gov.co/prensa/CNC2017/Formalizacion-empresarial-Luis_Fernando_Mejia_Alzate.pdf



GRACIAS!

