



**EVALUACIÓN DEL ACUERDO FIRMADO A FINALES DE MAYO DEL 2014 POR
FEDEPANELA Y EL MINISTERIO DE AGRICULTURA**

AUTORES

JUAN PABLO CANO

DANIELA RENDÓN

DIRECTOR DEL PROYECTO

TOMÁS LOMBANA

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2015

Tabla de contenido

RESUMEN Y ABSTRACT	3
PALABRAS CLAVE	3
KEYWORDS.....	4
PROBLEMA	5
OBJETIVOS.....	6
GENERAL	6
ESPECÍFICOS	6
INTRODUCCIÓN.....	7
MARCO TEÓRICO	8
CONTEXTO HISTÓRICO.....	8
INGENIOS VS. TRAPICHES.....	11
MARCO LEGAL DE LA INDUSTRIA DE PANELA.....	11
FEDEPANELA Y LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS CAMPESINOS	13
METODOLOGÍA	17
Población Objetivo.....	17
Tipo de Investigación	17
Método de Investigación	17
Técnica de Investigación	18
ANÁLISIS DE RESULTADOS	19
TRAPICHES EN EL TIEMPO.....	19
COMPETENCIA PRECIO VS CALIDAD	20
CONSENTIMIENTO SOBRE EL ACUERDO	22
APORTE DE FEDEPANELA A LA INDUSTRIA	23
FUTURO DEL GREMIO PANELERO	25
CONCLUSIONES.....	27
BIBLIOGRAFÍA.....	28
ANEXOS	29
ENTREVISTA TRAPICHES.....	29

RESUMEN Y ABSTRACT

Una problemática que se vive en Colombia es la irregularidad en la implementación de normas y acuerdos que beneficien los diferentes sectores como lo es el panelero. Para eso se pretende evaluar el acuerdo firmado a finales de mayo de 2014 siendo éste uno de los últimos antes de dar inicio a éste proyecto, de este modo analizar la implementación del mismo y la acogida que ha tenido para con los trapiches del Valle del Cauca realizando un estudio de caso con una muestra representativa y conociendo la perspectiva tanto del lado oferente como del lado demandante, haciéndonos una idea de cómo se está manejando la comunicación dentro y fuera del gremio panelero y sobretodo entender cómo se están utilizando los recursos destinados a fomentar el cumplimiento, no sólo del acuerdo en cuestión sino también de los demás acuerdo considerados por la Federación Nacional de Paneleros en Colombia (FEDEPANELA).

PALABRAS CLAVE

- Panela
- Agroindustria
- Leyes de Trapiches
- Trapiches de Panela
- Fedepanela

A problem that exists in Colombia is the irregularities in the implementation of rules and agreements that benefit different sectors such as the panela sector. That is to assess the agreement signed in late May 2014 being one of the last before starting this project, thus analyzing its implementation and the reception given to the mills of the Valle del Cauca conducting a case study with a representative sample and knowing the perspective of both the offering side and the demand side , making us an idea of how is handling the communication inside and outside the panela sector and otherwise, understand how they are using resources to promote compliance not only the agreement in question but also of the other agreement considered by the National Federation of Panela in Colombia (FEDEPANELA).

KEYWORDS

- Panela
- Agroindustry
- Trapiches Laws
- Trapiches of Panela
- Fedepanela

PROBLEMA

¿Cuál ha sido el impacto que ha tenido en el Valle del Cauca el acuerdo firmado por Fedepanela y el Ministerio de Agricultura a finales de mayo del año 2014, en el que se busca como primera instancia beneficiar a las empresas productoras de panela, las cuales son consideradas como “Trapiches” en este gremio.?

OBJETIVOS

GENERAL

Evaluar el impacto que ha tenido en el Valle del Cauca el acuerdo firmado por Fedepanela y el Ministerio de Agricultura a finales de mayo del año 2014, en el que se busca como primera instancia beneficiar a las empresas productoras de panela, las cuales son consideradas como “Trapiches” en este gremio.

ESPECÍFICOS

- Conocer la opinión por parte de algunos de los trapiches del Valle del Cauca con respecto a la implementación del acuerdo.
- Analizar la opinión de un experto en el gremio panelero con respecto a la implementación del acuerdo.
- Identificar los aspectos positivos y/o negativos del acuerdo y sus consecuencias en el mercado.

INTRODUCCIÓN

A finales de mayo del año 2014, la federación de paneleros junto con el Ministerio de Agricultura firmaron un acuerdo donde destinaron 25 mil millones de pesos para el desarrollo y adecuación de los trapiches; de este modo responder a las quejas presentadas ante el gobierno nacional. Sin embargo, siendo éste acuerdo presentado como uno de los más prometedores y de mayor impacto se quería evaluar qué tan satisfactorio sería para los trapiches en el Valle del Cauca la cual es una de las regiones donde mayor elaboración de este producto se tiene. Y finalmente analizar los resultados de las encuestas obtenidas para dar un resultado al tipo de comunicación y productividad por parte de la Federación Nacional de Paneleros en Colombia.

MARCO TEÓRICO

CONTEXTO HISTÓRICO

Actualmente, en Colombia, al ser éste un país subdesarrollado, su economía central se basa principalmente en la agroindustria* que se registra desde el año 1904 en donde se inicia con empresas artesanales de alimentos y otras enfocadas al procesamiento de tabaco, algodón, etc. En el año 1936, se inicia el desarrollo de la legislación para ésta área analizando los principales mecanismos de este proceso.

Con el transcurrir del tiempo y después de hechos históricos que tuvieron un gran impacto en la sociedad como lo fue la revolución industrial y la segunda guerra mundial, la agroindustria en Colombia fue evolucionando debido a la inclusión de los mercados y también los nuevos avances tecnológicos, generando de este modo una alza en la demanda de éste tipo de productos a tal punto que en el año 1945, la industria de alimentos y bebidas representan un 47% del sector industrial y generaba un 27.2% de empleo en el país.

Para el año 1960, el sector alimentario era el responsable del 29% del PIB* y además otorgaba el 2.3% de la economía colombiana. Ocho años después, los productos básicos de la canasta familiar fueron teniendo mayor participación en el mercado, de los cuales se destacan dentro del sector de la industria alimentaria la molinería, dulcerías, azúcar, panificación, lácteos, chocolatería grasas y aceites, entre otros. Gracias a lo mencionado anteriormente, los gobiernos empezaron a captar

mayor interés en éste entorno incluyendo en sus planes de desarrollo la planificación de la agroindustria, creando leyes que protegen y benefician a los que se desenvuelven en éste sector ya que cuenta con una enorme participación en la economía del país, del mismo modo promover la participación del desarrollo empresarial en Colombia.

Hoy en día, la producción de cadenas agroalimentarias han venido incrementando tales como: cadenas agroindustrial del azúcar y confitería, cadena del café e instantáneos, cadena agroindustrial de la leche y derivados, cadena agroindustrial de carne y subproductos, cadena agroindustrial de oleaginosas y aceites, cadena de cereales, avicultura, porcicultura y ganadería, cadena de trigo y molinería, cadena del arroz, cadena de vino y frutas, cadena agroindustrial de la papa, cadena agroindustrial de la panela, cadena de bebidas no alcohólicas, entre otras. De las cuales han presentado un desarrollo lo que ha contribuido al aumento de las exportaciones en general.

Siguiendo con éste orden de ideas, un alimento de elaboración agrícola proveniente de la caña de azúcar que ha servido de sustento de miles de familias en Colombia durante generaciones, especialmente en el sector del departamento del Valle del Cauca debido a las favorables condiciones geográficas y climáticas de la región, haciendo del sector un espacio propicio para el cultivo de caña, es la panela, ya que es de fácil acceso, es económica y se puede consumir en distintas presentaciones, una de ésta es el agua de panela, la cual está muy presente en los hogares colombianos desde hace muchos años y ahora hace parte de nuestra cultura.

Para la época de 1910 a 1950, en el Valle del Cauca el cultivo de caña panelera estuvo concentrado en el sector burocrático de dueños de haciendas ubicadas principalmente en Buga, Tuluá y Palmira, donde además de cultivar caña se producía alcohol, aguardiente y ron. Posteriormente estas haciendas realizaron una transición para convertirse en los que actualmente son los Ingenios de Panela y Azúcar como es el caso del Ingenio Manuelita (el cual es uno de los más grandes del país y el Ingenio Pichichi para el azúcar y el Ingenio San Sebastián y El Trébol para la panela. Al ser un producto con gran trayectoria histórica, su producción se ha concentrado en algunos ingenios, haciendo difícil la entrada de nuevos competidores y de la misma manera, hace más difícil el crecimiento de pequeños trapiches productores de panela.

A pesar de ser un alimento rico en fósforo, calcio, hierro, vitaminas y con un alto valor nutricional que lo diferencia de su principal producto sustituto el azúcar, en los últimos años, no ha presentado mayor crecimiento en área en comparación con la producción de azúcar. “Desde el año 2000 ha mostrado un decrecimiento anual de 1,01% en área, que ha sido compensado parcialmente por un aumento promedio de 0.52% en los rendimientos, aunque de todas maneras, la producción ha descendido 0.48% en promedio” (LLANO Mauricio, 2012).

La explicación en este crecimiento desacelerado se debe a que el aumento en la producción se ha dado en menor proporción que el crecimiento poblacional, sin embargo, al hacer un paralelo entre la producción de azúcar y la de panela, en los últimos años, la producción de panela ha mostrado una tendencia al aumento mientras

que la producción de azúcar muestra una tendencia estable, debido a la preocupación de los consumidores por ingerir alimentos más naturales, sanos y menos procesados.

INGENIOS VS. TRAPICHES

Dentro del sector Agrícola Vallecaucano, tanto la producción de panela como la de azúcar se han concentrado desde sus inicios en las grandes haciendas ahora llamadas Ingenios. “La competencia entre los ingenios está limitada por un acuerdo para repartirse el mercado entre los productores nacionales, mediante la asignación anual de cuotas de ventas proporcionales a la capacidad de producción de cada ingenio” (CAICEDO SALCEDO, 2007). Es aquí donde la Industria de la Caña tiene grandes barreras de acceso y sostenimiento para los pequeños productores de panela que en general son campesinos con trapiches poco tecnificados y estructurados a nivel legal.

MARCO LEGAL DE LA INDUSTRIA DE PANELA

(LLANO Mauricio, 2012)

El Decreto 3075 de 1997 reglamenta la Ley 09/1979 (Regulación sanitaria) y define que: Siendo la salud un bien de interés público se deben regular las actividades que generan factores de riesgo por el consumo de alimentos, las cuales aplican entre otros a todas las fábricas establecimientos de procesamiento de estos productos, dentro de los cuales se encuentran los trapiches.

“La actividad de producción panelera ha tenido altos índices de informalidad, situación que la confirma el INVIMA cuando estableció que 13.769 trapiches de los 17.700 que se habían inscrito hasta 2009, eran informales” (Ministerio de la Protección Social, 2009).

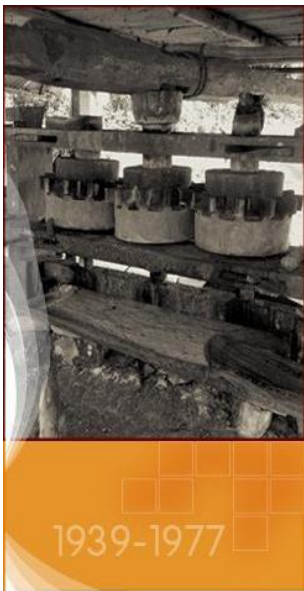
Gracias a la ley 40 de 1990¹, el gremio ha logrado fortalecer la producción panelera, a raíz de la administración de los recursos parafiscales por parte de Fedepanela (Federación Nacional de Productores de Panela), la federación recibe el 10% del valor para administrar los recursos; sin embargo, a pesar de llevar más de 20 años recibiendo y administrando dichos recursos parafiscales, gran parte del gremio panelero aún se concentra en la informalidad. Esta es otra de las razones por el mercado está distribuido entre los principales Ingenios de Panela, dadas las condiciones sanitarias y estructurales.

Debido a los bajos estándares de calidad de producción de panela, esta se ha tipificado como un alimento sucio y para “pobres” y es allí donde las familias reemplazan un alimento rico en nutrientes por su sustituto principal, que a pesar de ser únicamente un edulcorante, se cuenta con la garantía de ser un producto de calidad. En términos económicos, por un aumento del 1% en el ingreso de las familias, el consumo de panela disminuye en 0,5%

¹ Ley 40 de 1990: Por la cual se dictan las normas para la protección y desarrollo de la producción de panela y se establece la cuota de fomento panelero.

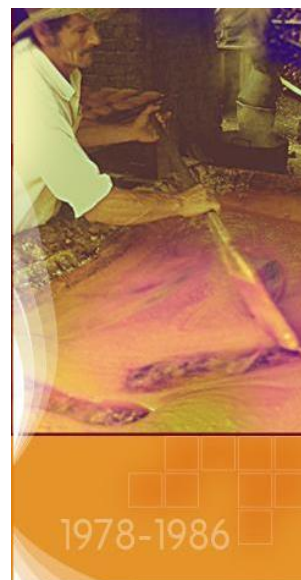
FEDEPANELA Y LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS CAMPESINOS

La Federación Nacional de Productores de Panela (FEDEPANELA por sus siglas de origen), es una entidad sin ánimo de lucro, que representa a los productores de panela de todo el país. Tuvo inicios en 1939 y para 1976 se destacó por la iniciativa de crear el Fondo Nacional del Azúcar y la Panela, como un foro de concertación y un mecanismo de estabilización de precios. Uno de los antecedentes más importantes para



conformación de un gremio nacional representativo, fue la realización del Primer Foro Nacional de Productores de Panela que tuvo lugar en Bucaramanga, Norte de Santander, en el año 1978. Allí participaron hasta 13 departamentos y hubo más de 500 delegados, donde se trataron temas que en ese entonces eran de gran importancia debido a la crisis de precios y la sobreproducción sin precedentes. Como resultado del foro se nombró la Junta Directiva con representación de todas las regiones paneleras del país siendo el Valle del Cauca una de las más grandes e importantes. Un año después se llevó a cabo el Segundo Foro Nacional de Productores de Panela el cual se llevó a cabo en la ciudad de Medellín en el departamento de Antioquia, se resaltó la necesidad de otorgar soluciones a la crisis del sector panelero y se lleva a coalición la importancia de un tratamiento dentro del contexto económico colombiano.

El 4 de Noviembre del año 1988 como resultado del Quinto Congreso Panelero llevado a cabo en Villeta Cundinamarca, surge FEDEPANELA, en donde se le da una reestructuración a la federación con el fin de ser reconocida como modelo de ente nacional, realizando avances en el campo legislativo y con mecanismos definidos para garantizar una mayor estabilidad y proyección a largo plazo del gremio. Además en esta época se destaca el movimiento que adelantaron los paneleros del Valle del Cauca para reivindicar el sector amenazado por la producción de panela con azúcar, dónde al final se logró pactar un acuerdo con el gremio azucarero prohibiendo esta práctica en futuras producciones.



Otro hecho para tener en cuenta y destacar, es la aprobación en el congreso de la Ley 40 que fue impuesta en el año 1990 mediante la cual se brindó protección y desarrollo a la industria, se creó el Fondo de Fomento Panelero y se estableció la cuota de fomento que permite desarrollar actividades de investigación, desarrollo y extensión relacionadas con cultivo, procesos, empaque y comercialización; promoción al consumo y campañas educativas.

En la actualidad, tiene como objetivo principal: propender por el mejoramiento del nivel de todos los productores que laboran en el subsector panelero, para hacer

competitiva y rentable esta actividad, defender los intereses colectivos y el ingreso remunerativo de sus afiliados, así como contribuir al desarrollo tecnológico, social, comercial y ambiental del sector rural nacional.

Para finales de mayo del 2014, la Federación junto con el ministerio de cultura realizó un acuerdo por recursos de 25 mil millones de pesos destinados a gestionar proyectos que buscan solucionar las peticiones hechas por parte del gremio al Gobierno Nacional; dichas proyectos consisten en: (Federación Nacional de Productores de Panela)

- Mejoramiento del aspecto productivo teniendo en cuenta la resolución 779/06² y el aspecto ambiental para el sector panelero de los municipios de Sandoná, Consacá, Ancuya, San Lorenzo, Linares, El tambo, La Florida y el Peñol del Departamento de Nariño.
- Programa de Vivienda Rural para la construcción de alrededor de 300 viviendas nuevas para el departamento de Nariño con apoyo de la Gobernación, Banco Agrario y Fedepanela en la elaboración del Proyecto.
- Terminación de la adecuación de la Central de Mieles del Nordeste Antioqueño, en el Municipio de Cisneros.
- Apoyo a la campaña de promoción al consumo con recursos para el primero y segundo semestre del año 2014.

² Resolución 779/06: Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir en la producción y comercialización de la panela para consumo humano y se dictan otras disposiciones.

- Apoyo al programa de Asistencia Técnica Gremial para el segundo semestre de 2014.
- Recursos de capital para apoyar la comercialización del gremio para responder a los mercados institucionales y poder surtir los recursos para la compra a las asociaciones y apoyar actividades de índole comercial.

Priorizar a la cadena panelera como beneficiaria del incentivo de Capitalización Rural en la categoría de medianos productores para infraestructura y de esa manera, tener la posibilidad de continuar con la implementación del Plan Nacional de Reversión Tecnológica.

METODOLOGÍA

Población Objetivo

La población objetivo son todos los trapiches y pequeños paneleros del Valle del Cauca que actualmente se están acogiendo al acuerdo realizado por Fedepanela con el Ministerio de Agricultura a finales de Mayo del año pasado; para el estudio de caso, se tomará una muestra de cinco trapiches representativos de la Asociación Colombiana de Acopaneleros.

Tipo de Investigación

La siguiente investigación es de tipo Exploratoria, ya que al realizar la investigación sobre un acuerdo tan reciente, no hay investigaciones previas sobre el tema. Además, se busca conocer la percepción que tienen los dueños y trabajadores de trapiches sobre el último acuerdo realizado por Fedepanela con el Ministerio de Agricultura.

Método de Investigación

Se utilizará el método de investigación cualitativa, ya que se busca conocer y entender la posición y la percepción de los trapiches paneleros que se están acogiendo al acuerdo de Fedepanela. Además, al tener una muestra pequeña, no es posible generalizar los resultados obtenidos a través de la investigación a todo el gremio panelero del Valle del Cauca.

Técnica de Investigación

Se realizará entrevistas a profundidad, ya que nuestro objetivo principal es conocer y analizar la percepción y las opiniones de los dueños y funcionarios de trapiches sobre la efectividad del acuerdo vigente entre Fedepanela y el Ministerio de Agricultura.

Además, se pretende hacer una visita a los trapiches para cada entrevista y de esta manera, hacer la entrevista en un ambiente más cómodo donde el entrevistado pueda hablar con mayor confianza y evidenciar su actitud respecto al acuerdo.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para el análisis de resultados se tuvo en cuenta cada una de las respuestas e información proporcionada por la muestra. Se evaluó a profundidad cada una de las variables para de este modo realizar un contraste entre las diferentes opiniones de los trapiches y compararlo con la opinión del experto o asociado a la Federación.

TRAPICHES EN EL TIEMPO

Se encontró que las respuestas de la muestra tienden a tener un comportamiento homogéneo resaltando como principal razón el aumento de la competencia por parte de los pequeños paneleros, los cuales poseen una estructura de costos completamente diferente a la de los grandes trapiches más tecnificados. En este caso, los pequeños paneleros se presentan como una entidad familiar lo que genera una reducción en sus impuestos y no los obligan a que sus empleados o colaboradores utilicen un seguro social. Además los estándares de calidad son mucho menores, lo que conduce a ofertar un producto mucho más económico en el mercado.

Debido a esto, los grandes trapiches especialmente en el Valle del Cauca, se han visto afectados pues el precio de la panela en el mercado no ha aumentado en los últimos años, por el contrario tiende a la baja por la aparición de esta nueva competencia; “Los consumidores en este mercado no buscan la calidad sino lo más barato”. (Gina Cajigas, Trapiche San Sebastián). Por el otro lado, los trapiches más

grandes y tecnificados en el Valle del Cauca deben seguir y cumplir las exigencias de varias entidades tales como la UGPP (Unidad de Gestión Pensional y Parafiscal), la cual controla las obligaciones de los empleadores con el fin de disminuir el GAP y la brecha pensional de las personas cuando adquieran la edad mínima de pensión o para efectos de cumplimiento de requisitos en la ocurrencia de un siniestro derivado de una invalidez, certificaciones de CVC para todo el manejo de los recursos, inversiones en capacitación de empleados para todo el tema de salud ocupacional, el buen uso de las herramientas e implementación de los equipos de seguridad para velar por el bienestar de los empleados; son gastos adicionales a los del proceso de elaboración de la panela en los que incurren los trapiches para poder seguir laborando en el mercado. Esto hace que los costos de producción se aumenten y por ende se disminuye la ganancia por producto vendido en el mercado gracias a los bajos precios de la panela en el mercado.

COMPETENCIA PRECIO VS CALIDAD

Dado que la panela es un producto de consumo nacional tanto por su aporte en nutrientes y vitaminas como por su bajo precio, el consumidor en general no se preocupa mayormente por la calidad de la panela que consume. Para las personas la panela es “panela” en cualquiera de sus presentaciones, muy pocas personas hacen distinción por su consistencia o color. Además, el mayor consumo de panela se concentra en estratos 1, 2 y 3 y se utiliza mucho en los restaurantes “corrientaso” donde se cobra por plato y bebida una tarifa especial.

Al analizar las respuestas de los trapiches entrevistados, se evidencia una notoria preocupación por su situación en el mercado, estos resaltan que el aporte que Fedepanela hace a los trapiches no tiene mayor significancia, representan el aporte en materiales de acero inoxidable para los pequeños trapiches que trabajan con insumos de madera. “La gente prefiere comprar la panela más barata porque no diferencian calidad, en vez de comprar una panela de \$3000 por atado de nosotros, el atado de ellos lo pueden comprar en \$1800” (Gloria Alvarado, Trapiche El Triángulo).

Por otro lado, los trapiches formales están obligados a cumplir con la ley 779 y a pagar el 0.5% de toda la producción de panela como impuesto a Fedepanela, quien por ley “retribuye” este porcentaje de impuestos en mejoras para la Industria.

Si son tan pocos trapiches los que funcionan formalmente y quienes se ven más afectados por la competencia desleal, se podría preguntar, ¿por qué no llegar a un acuerdo de precio para todos?

El señor Juan Pablo Tafur del Trapiche El Esfuerzo explica al respecto:

Eso en Colombia no es permitido, por eso en estos momentos los ingenios azucareros están involucrados en un escándalo, ellos son 13 y se dice que hicieron un cartel donde manejaban precios y además, impedían de que importaciones de azúcar llegaran, porque le ponían trabas a la documentación, cosa que no es cierta, pero podría uno llegar a pesar que lo pueden hacer porque únicamente deben ponerse de acuerdo 13

empresas, a diferencia de la Industria de panela de la que dependen entre 250.000 y 300.000 familias.

CONSENTIMIENTO SOBRE EL ACUERDO

Por parte de Fedepanela, los trapiches no tuvieron mayor participación o consentimiento a la hora de definir los términos del acuerdo; sin embargo, existe una agrupación donde los trapiches se reúnen para conocer y discutir temas de interés: “La Asociación de Acopaneleros”, de la cuál hacen parte entre 15 y 20 trapiches tecnificados. Fue en una de las reuniones de la asociación donde a los trapiches se les dio a conocer una estrategia del Gobierno junto con el Ministerio de Agricultura para destinar una cantidad representativa de dinero a Fedepanela para el bienestar del gremio.

Estuvimos trabajando el acuerdo porque ese acuerdo traía unos dineros importantes tanto como para la reinversión tecnológica como para la parte de mercadeo, pero en el área donde nosotros nos encontramos, los trapiches pequeños no le dan el valor que se le debe dar al producto final. (Gina Cajigas, Trapiche San Sebastián).

Una de las estrategias realizadas por Fedepanela y que dentro del gremio panelero si ha tenido gran relevancia, fueron las campañas publicitarias en televisión que promueven el consumo de panela. La serie de comerciales implementados en el año 2014 fueron expuestos estratégicamente en franjas televisivas de mayor impacto, teniendo como apalancamiento el auge que se vivía de la selección Colombia en el

mundial, se pautaba más que todo en momentos previos a un juego del equipo tricolor y de este modo asegurar un mayor impacto, lo que resultó muy positivo para todo el gremio panelero del país.

La Gerente del Trapiche San Sebastián, Gina Cajigas decía:

Llamé al Presidente de Fedepanela, Leonardo Ariza en ese entonces, y lo felicité porque para nosotros fue un impacto muy grande, el televisivo (el extranjero que venía y decía que una de sus chefs había ido con panela y le había dado a probar) eso fue un total acierto; la gente de verdad buscó en la panela una fuente de energía, vitaminas, minerales; eso es lo que verdaderamente debe ver el consumidor.

APORTE DE FEDEPANELA A LA INDUSTRIA

En los trapiches del Valle del Cauca, se presenta una inconformidad con respecto al funcionamiento deficiente por parte de la Federación de Paneleros en Colombia. La principal razón del acuerdo fue incentivar a la asistencia técnica gremial, convenio por el término 3 que consiste en la terminación de la adecuación de la central de mieles del Nordeste Antioqueño, en el municipio de Cisneros. Además de busca llegarle a la mayoría de pequeños productores que les hace falta capacitación adecuada y acompañamiento para el desarrollo del negocio y la producción del producto final. Para esto se asignó un técnico por municipio el cual se encargaría en dar la asistencia técnica en un tiempo determinado.

Por el lado de los trapiches entrevistados, hacen referencia a las intervenciones de Fedepanela como un método de dar “contentillo” a los pequeño paneleros, lo que consiste principalmente en regalar insumos y pailas de acero inoxidable debido a que éstos trabajan con implementos elaborados con madera. Sin embargo a los trapiches grandes se les cobra el 0,5% del precio por kilogramo del producto vendido, dichos recursos van directamente a la administración de la Federación de Paneleros, más los resultados no se ven tangibles en cuanto a la retribución que ésta debería otorgar a los grandes trapiches, Fedepanela está tratando de hacer algo por el gremio pero no tienen un marco teórico donde se pueda ver un alcance claro, pero el dinero que recogen por la cuota de fomento panelero realmente no se ve, ni se siente apoyo por parte de la federación cuando el trapiche tiene problemas, por otro lado busca justificar sus inversiones haciendo supervisiones y visitas con trabajadores de la federación como entidad reguladora para asegurarse del cumplimiento de la reglas y normas establecidas, por el contrario sancionarlos si es necesario, sin embargo, no son proyectos con base en las necesidades de los productores sino más bien acoplados a las necesidades que ellos de pronto pueden cubrir y de la misma manera obtener más recursos.

Está claro que es de suma importancia dar un apoyo único a los pequeños paneleros mas no con soluciones a corto plazo sin tener un objetivo final ni una estructuración de un modelo de negocio adecuado, para ello la federación deberá implementar un marco teórico con objetivos a largo plazo para rescatar el valor de la

panela no sólo económico sino también como producto orgánico y patrimonio cultural de Colombia.

FUTURO DEL GREMIO PANELERO

En cuanto a los trapiches tecnificados, las estrategias de implementación para seguir funcionando en un futuro son diferentes. Debido a la competencia informal que se está viviendo en el país, en donde los pequeños paneleros tienen más participación en el mercado por sus precios competitivos, y los continuos cambios de la percepción del consumo de panela que se han ido presentando, varias de las personas entrevistadas han mencionado que en la actualidad la panela ya no es vista como un producto de consumo diario según estudios de mercado que han realizado para el segmento de consumidores de estratos 4, 5 y 6, los cuales serían las persona con poder adquisitivo para comprar la panela a un precio más alto. Los trapiches tecnificados están buscando nuevas alternativas, algunas como la implementación de panela pulverizada pues han encontrado que se le puede dar un mejor uso y es mucho más práctica para el consumo en restaurantes y como endulzante no solo para bebidas sino también para sus comidas. Por el contrario, otros trapiches prefieren abrir sus horizontes a nuevos mercados tales como Asia y Europa, resaltan que en dichos países las personas valoran más los productos orgánicos que contribuyen a la salud mientras que en Colombia, las personas prefieren comprar refrescos que calman la sed instantáneamente pero que no otorgan ningún tipo de beneficios nutricionales como lo hace el consumo de panela.

Sin embargo, el futuro en el gremio panelero para los trapiches tecnificados es incierto, los grandes cambios que se están presentando en el mercado, las nuevas leyes y normas que se han ido implementando, los acuerdos de tratados de libre comercio que se han firmado, factores como éstos hacen que preocupe a los productores de panela, en este caso se debe tener un foco en el consumidor e implementar un tipo de estrategia “push” la cual empuje al mercado al consumo de panela persuadiendo al mismo para de este modo sobrevivir a los cambios mencionados adaptándose a estos.

Según Fedepanela, establece que el futuro del gremio es muy prometedor, gracias a que la federación se está vinculando con nuevos procesos y diversificación de producto para llegar a nuevos mercados, tanto nacionales como Internacionales. Además afirman estar aplicando las medidas adecuadas para un próspero desarrollo de toda la industria.

CONCLUSIONES

- En el departamento del Valle del Cauca, las empresas productoras de panela (Trapiches) no resultaron beneficiadas por el acuerdo en cuestión, por el contrario, marcaron una continua queja hacia el campo de acción de la Federación de Paneleros (Fedepanela), la cual en vez de velar por el desarrollo de la industria en general sólo beneficia a una parte del gremio, en este caso los pequeños paneleros.
- Existe una falta de comunicación entre los trapiches de alto rendimiento y Fedepanela, esto afecta directamente los proyectos y estrategias que plantea Fedepanela para beneficiar el gremio; la Federación plantea y ejecuta acuerdos que considera son pertinentes y están dentro de sus capacidades, más no acuerdos que de verdad suplan las necesidades de los trapiches.

BIBLIOGRAFÍA

- CAICEDO SALCEDO, M. (01 de 01 de 2007). Trabajo de Grado Maestría en Administración. *Efectos de la mecanización del corte de Caña de Azúcar en el Valle del Cauca*. Santiago de Cali, Colombia: Universidad Icesi.
- Federación Nacional de Productores de Panela. (s.f.). Recuperado el 03 de 2015, de <http://www.fedepanela.org.co/index.php/publicaciones/noticias/83-acuerdo-fedepanela-ministerio-de-agricultura-por-25-mil-millones-de-pesos>
- LLANO Mauricio, D. H. (06 de 12 de 2012). Contraloría General de la República. *Afectación de la rentabilidad al productor panelero por la implementación de la normatividad*. Valle del Cauca, Colombia.
- LOPEZ VINUEZA, C. (01 de 01 de 2012). Proyecto de Grado. *Sistema Agroalimentario de Trapiche en Villeta*. Cali, Colombia: Universidad Icesi.
- Ministerio de la Protección Social. (2009). INVIMA; Ministerio de Agricultura. *Fedepanela*. Bogotá: ABC.
- SÁENZ, J. D. (2013). *La formación de la burocracia en el Valle del Cauca entre 1910 y 1950*. Cali: Universidad Icesi.
- Hair, J., Bush, R., & Ortinau, D. (s.f.). *Investigación de Mercados* (4a. ed.). Mc.Graw Hill

ANEXOS

ENTREVISTA TRAPICHES

Somos estudiantes de Noveno y Décimo semestre de Administración de Empresas y Mercadeo de la Universidad Icesi y estamos realizando nuestro Proyecto de Grado sobre el acuerdo realizado por Fedepanela y el Ministerio de Agricultura a finales de mayo de 2014, el cual busca beneficiar a los Trapiches Paneleros. La presente entrevista se realizará con fines netamente educativos y no se replicará ni se publicará la información ante el público.

1. Nombre:
2. Cargo:
3. Nombre del Trapiche:
4. ¿Qué ha sucedido durante los últimos años con el trapiche en el mercado panelero?
5. ¿Conoce los términos en los que se definió el acuerdo de mayo de 2014 entre Fedepanela y el ministerio de Agricultura?
6. ¿Qué acogida ha tenido el acuerdo por parte del trapiche?
7. ¿Cree que Fedepanela ayuda principalmente a los trapiches más pequeños con este acuerdo?; ¿Qué consecuencias ha traído esto para el trapiche?
8. ¿Cuál cree que es el futuro del gremio panelero?

9. ¿Piensa que además del acuerdo realizado en mayo de 2014, Fedepanela realizó un acuerdo significativo en cuanto a beneficios para su trapiche?
10. Con respecto a la respuesta anterior ¿Qué cree que hubiera pasado si dicho acuerdo no se hubiera llevado a cabo?
11. ¿Cómo ha logrado la empresa sostenerse a través del tiempo, teniendo en cuenta la competencia "desleal" a la que se enfrenta con los pequeños paneleros, quienes venden la panela a un precio mucho más bajo?

Agradecemos su colaboración en la entrevista previa, la información brindada es de gran ayuda para el análisis de nuestro problema planteado, de igual manera, nos gustaría darle a conocer los resultados que obtengamos al finalizar nuestro proyecto, con el fin de que les sirva de alguna ayuda.

ENTREVISTA EXPERTO

Somos estudiantes de Noveno y Décimo semestre de Administración de Empresas y Mercadeo de la Universidad Icesi y estamos realizando nuestro Proyecto de Grado sobre el acuerdo realizado por Fedepanela y el Ministerio de Agricultura a finales de mayo de 2014, el cual busca beneficiar a los Trapiches Paneleros. La presente entrevista se realizará con fines netamente educativos y no se replicará ni se publicará la información ante el público.

1. Nombre:
2. Cargo:
3. ¿Cuáles son sus funciones principales en la Federación?
4. ¿Qué ha sucedido durante los últimos años con los trapiches de panela y el mercado panelero en el Valle del Cauca?
5. ¿Cuáles fueron los términos en los que se definió el acuerdo?
6. ¿Cuál fue la razón para realizar el acuerdo?
7. ¿Qué acogida ha tenido el acuerdo por parte de los Trapiches Paneleros en el Valle del Cauca?
8. ¿Qué avances ha tenido el acuerdo desde su realización hasta la actualidad?
9. ¿Cuál cree usted que son las falencias o los puntos débiles del acuerdo?
10. ¿Han tenido problemas a la hora de hacer cumplir alguno de los términos del acuerdo en el Valle del Cauca?

11. ¿Qué consecuencias ha traído el acuerdo, tanto para la Federación como para el gremio Panelero en el Valle del Cauca?

12. ¿Cuál cree usted que será el futuro de gremio panelero en el Valle del Cauca con el cumplimiento del acuerdo?

Agradecemos su colaboración en la entrevista previa, la información brindada es de gran ayuda para el análisis de nuestro problema planteado, de igual manera, nos gustaría darle a conocer los resultados que obtengamos al finalizar nuestro proyecto, con el fin de que les sirva de alguna ayuda.