Publicación Numero 26

PERFIL DE PRODUCTO

PANELA EN ESTADOS UNIDOS

Autor: Andrés Felipe Álvarez Londoño

La panela se obtiene de la caña de azúcar (saccharum officinarum) pero es más pura que el azúcar porque es el resultado exclusivo de la evaporación de los jugos de la caña y de la siguiente cristalización de la sacarosa, sin que se someta a procesos de refinado o centrifugado o a otro proceso químico; por esta razón, la panela es un producto natural que mantiene todos los nutrientes de la caña de azúcar1/.

A diferencia de otros edulcorantes, la panela es un alimento de altos valores nutricionales, ya que está compuesta por carbohidratos, vitaminas, proteínas grasas, agua y minerales que, como el calcio, el fósforo, el hierro, el sodio, el potasio y el magnesio, son muy importantes en la alimentación, en particular en la de la población infantil2/.

	AZUCAR REFINADO (GR)	PANELA (GR)		AZUCAR REFINADO (GR)	PANELA (GR)
SACAROSA	99,6	72 A 78	PROVITAMIN A A		2,0
FRUCTOSA		1,5 A 7	VITAMINA A		3,8
GLUCOSA		1,5 A 7	VITAMINA B1		0,01
POTASIO	0,5 A 1,0	10 A 13	VITAMINA B2		0,06
CALCIO	0,5 A 5,0	40 A 100	VITAMINA B5		0,01
MAGNESIO		70 A 90	VITAMINA B6		0,01
FÓSFORO		20 A 90	VITAMINA C		7,0
SODIO	0,6 A 0,9	19 A 30	VITAMINA D2		6,5
HIERRO	0,5 A 1,0	10 A 13	VITAMINA E		111,3
MANGANESO		0,2 A 0,5	VITAMINA PP		7,0
ZINC		0,2 A 0,4	PROTEINAS		0,28
FLUOR		5,3 A 6,0	CALORIAS	384	312
COBRE		0,1 A 0,9			

Cuadro No. 1. Información nutricional del azúcar refinado y la panela por cada 1.000 gramos
Fuente: Instituto Anboisse de Francia. En La Guarapera.
(En línea). En http://www.laguarapera.com.co/Analisis.html (visitado: 15 de octubre del 2004).

A la panela también se le atribuyen propiedades medicinales; por ejemplo, se usa para controlar y aliviar los resfriados, para recuperar energías y como cicatrizante natural de úlceras periféricas. En India la llaman azúcar medicinal porque sirve para curar la tos, las flemas, la indigestión y el estreñimiento; además, libros antiguos hindúes dicen que sirve para purificar la sangre y para prevenir dolores reumáticos y desórdenes de la bilis3/.

Son muchas las denominaciones que tiene este producto en el mundo, pero el nombre panela es la designación comercial en Colombia. Prácticamente cada país productor tiene una forma diferente de llamar al producto: chancaca en Perú, Ecuador y Chile, piloncillo en México y Costa Rica, papelón en Venezuela y algunos países centroamericanos, raspadura en Cuba, Brasil y Bolivia y jaggery o gur en India y el sur de Asia. El nombre que le asigna la FAO, para efectos de su información estadística, es azúcar no centrifugada.

1/La panela contiene cinco veces más minerales que el azúcar moreno y cincuenta veces más minerales que el azúcar blanco.

2/Fondo Nacional de la Panela, FEDEPANELA. Perfil de la panela. (Correo electrónico). En afalvarez@cci.org.co (recibido: 22 de septiembre del 2004).

3/Sugar India. Jaggery/Whole sugar/Gur/Panela. (En linea). En http://www.sugarindia.com/jag.htm (visitado: 10 de octubre del 2004).

Editor

CORPORACIÓN COLOMBIA INTERNACIONAL
Bogotá, Colombia
Calle 16 No 6-66 piso 6 Edificio Avianca
Tel. 2834988 Fax. 2867659
A.A. 12314
cci@cable.net.co
htt://www.cci.org.co

Dirección Sistemas de Inteligencia de Mercados
María Paulina del Castillo P.

Grupo SIM
Alex Arce
Jazmine Medina
Zulma Moreno
Jorge Pizarro
Alvaro Villarreal

Elaborado por:

SISTEMA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS - SIM
MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL

CORPORACION COLOMBIANA INTERNACIONAL

En Colombia la panela es consumida, principalmente, por personas de bajos ingresos. Se elabora en casi todo el país durante todo el año, es el sexto producto más importante dentro del PIB agrícola y es la segunda agroindustria más importante después de la del café, debido a la cantidad de establecimientos productivos (70.000 unidades productivas y 20.000 trapiches), al área sembrada (248.661 has en el 2003) y a la mano de obra que involucra (350.000 personas)[4/].

Dada la importancia del sector panelero en la economía nacional, el objetivo del presente documento es analizar posibles alternativas comerciales para este bien en el mercado de Estados Unidos con dos enfoques: el primero, desde una perspectiva de mercado, para lo cual se analizan la producción mundial de panela, la demanda actual y potencial del producto en Estados Unidos y las normas de acceso a ese mercado; el segundo enfoque parte de la perspectiva comercial y busca informar, con más detalle, cómo se encuentra y cómo funciona el negocio de la panela actualmente entre Colombia y Estados Unidos; finalmente, a manera de conclusión, se exploran las posibles alternativas de comercialización del producto.

I V A D E M E R C A D O

P E R S P E C T I V A D E M E R C A D O

En el 2002 cerca de treinta países produjeron 11.209.269 toneladas de panela; India produjo 7.214.000 toneladas, que representan el 64,36% del total mundial, mientras que Colombia, el segundo productor más importante, produjo 1.470.000 toneladas, es decir, el 13,11% del total. Otros países latinoamericanos que producen panela son Brasil, Guatemala, México, Perú y Honduras, entre otros, pero con montos de producción bastante inferiores. Del total de esa producción de panela, un poco más del 90% se destinó directamente a la alimentación; el resto se utilizó en piensos, en la elaboración de otros alimentos y en otros usos no especificados[5/].

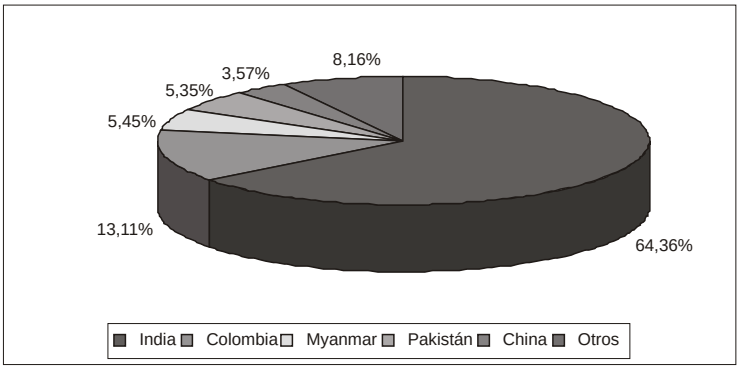


Gráfico No. 1. Producción mundial de panela, 2002
Fuente: Base de datos estadísticos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO. (En línea). En http://faostat.fao.org (visitado: 10 de octubre del 2004).

El consumo mundial promedio de panela en el 2002, según la FAO, fue de 1,6 kg por persona al año; dicho consumo ha tenido una tendencia negativa, ya que el consumo promedio de la década de los noventa estuvo por encima de los 2 kg por persona al año. El consumo de panela en Colombia es el más alto del mundo (19,8 kg por persona al año, en el 2002); le siguen Myanmar (12,5 kg) e India (6,5 kg).

En sus bases de datos, la FAO no incluye estadísticas sobre el comercio internacional de panela (azúcar no centrifugada), porque los países productores destinan casi toda su producción a satisfacer las demandas locales y, en general, no generan excedentes exportables importantes.
Cabe aclarar que ni la FAO ni el Departamento de Agricultura de Estados Unidos, USDA, registran información sobre panela; ni de producción, ni de comercio, ni de precios, etc. Además, la panela en Estados Unidos no tiene una partida arancelaria específica, pues ingresa al país bajo la partida 17.01.11.10.00, en la que se incluyen todos los demás azúcares de caña crudos, puros y sólidos no definidos.

[4/]MARTÍNEZ, Héctor y ACEVEDO, Ximena. Documento de Trabajo No. 12. Características y estructura de la cadena agroindustrial de la panela en Colombia. Abril del 2002. Actualizado por ORTIZ, Lila. Agosto del 2004. Observatorio Agrocadenas Colombia, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.(Enlínea).Enhttp://www.agrocadenas.gov.co/Panela/documentos/cadena_panela.pdf (visitado: 10 de octubre del 2004).

[5/]Base de datos estadísticos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO. (En línea). En http://faostat.fao.org/faostat/form?collection=CBD.CropsAndProducts&Domain=CBD&servlet=1&hasbulk=0&version=ext&language=ES (visitado: 10 de octubre del 2004).

Según el Servicio Agrícola Extranjero del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (FAS, su sigla en inglés), entre enero y julio del 2004 este país importó US$ 231,86 millones (561.815,9 toneladas) de esta partida arancelaria, 1,12% menos que en el mismo período del 2003. De este monto, sólo el 3,7% correspondió a producto de origen colombiano (21.447,6 toneladas por valor de US$ 8.578.800). Los principales proveedores de esta partida arancelaria en Estados Unidos son Republica Dominicana (23,13%) y Brasil (20,67%).

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

Según los exportadores colombianos consultados para este estudio, el de Estados Unidos es un mercado ya maduro, que cuenta con oferta y demanda permanentes; el consumo es eminentemente étnico, en especial de latinoamericanos, puesto que conocen el producto, a diferencia de la mayoría de los estadounidenses y de las minorías oriundas de los países no productores[6/].

Las personas que podrían estar demandando panela en Estados Unidos son, en total, 35.305.818 habitantes de origen hispano, con un ingreso per cápita de US$ 12.111, según el censo del 2000.
La población de esta minoría fue la que más creció (57,9%) en la década de los noventa, pues en el censo de 1990 había 22.354.059 habitantes hispanos en Estados Unidos; se estima que seguirá siendo la minoría étnica con mayor tasa de crecimiento poblacional en Estados Unidos.

El censo también mostró que la población hispana en Estados Unidos está más dispersa porque, a pesar de que en los estados en los que tradicionalmente se concentran los hispanos (California y Texas) hubo crecimiento representativo de la población hispana (42,6% y 53,7%, respectivamente), en otros estados, como Carolina del Norte y Arkansas, el crecimiento de la población hispana fue mucho más alto (393,9% y 337%, respectivamente). Las ciudades con más habitantes hispanos son Nueva York (2,2 millones), Los Ángeles (1,7 millones) y San Antonio (0,67 millones). Según el censo del 2000, un poco más de 20 millones de los habitantes estadounidenses son de origen mexicano y casi 3,5 millones, puertorriqueños; las personas de origen suramericano equivalen al 4% de la población hispana en Estados Unidos, de las cuales casi medio millón de personas son

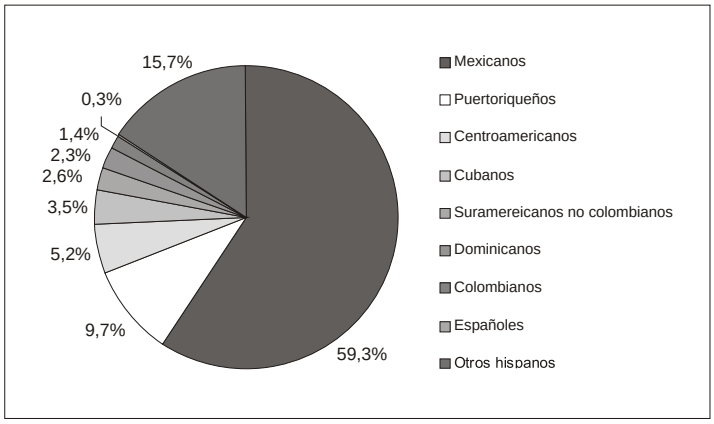


Gráfico No. 2. Origen de la población hispana en Estados Unidos, 2000.
Fuente: Oficina del Censo de los Estados Unidos. (En línea).
En http://www.census.gov (visitado: 15 de octubre del 2004).

Otros potenciales compradores de panela en Estados Unidos son las minorías asiáticas, que también conocen el producto. Según el censo del 2000 en Estados Unidos hay 10.242.998 habitantes asiáticos, oriundos, principalmente, de países que están entre los diez más grandes productores de panela, según la FAO: chinos, que son los quintos productores, con una población equivalente al 23,75% de los asiáticos residentes en Estados Unidos; los filipinos, octavos productores, que representan el 18,06% de esta minoría, y los indios, los más grandes productores, con una población equivalente al 16,39% de los asiáticos en Estados Unidos.

6/Entrevistas realizadas a voceros de C.I. Productos Básicos Import & Export Ltda., de Pereira, y de Hacienda Lucerna Ltda., de Bugalagrande (Valle del Cauca).

CARACTERIZACION DE LA OFERTA

Como en Estados Unidos no se produce panela y no hay información precisa sobre las importaciones de este bien, la mejor forma de caracterizar la oferta de panela en ese mercado es mediante las cifras de exportaciones que los países productores realizan hacia ese destino; sin embargo, hay países que, aún siendo productores de panela, no tienen una partida arancelaria exclusiva para registrar el comercio de este bien, por tanto, no es posible determinar exactamente cuánta panela llega a Estados Unidos.

Las exportaciones de panela que se destinan a Estados Unidos que son importantes para la caracterización de la oferta son las de Colombia e India, por ser los mayores productores mundiales; también son útiles las exportaciones que hacen los otros países latinoamericanos y que pueden servir como referencia para la panela colombiana en términos de cantidad, calidad y precios.

Según Datos del Departamento Nacional de Estadística, DANE, y del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA, entre enero y julio del 2004 Colombia exportó 1.903,8 toneladas de panela por valor de US$ 1,19 millones, de las cuales 992,3 toneladas (por valor de US$ 729.594) se destinaron al mercado estadounidense. El otro destino importante de las exportaciones colombianas de panela fue Venezuela que, en idéntico período, compró a Colombia 641 toneladas (por valor de US$ 250.800). En el 2003, Venezuela fue el principal importador de panela colombiana (con US$ 1,59 millones); le siguió Estados Unidos (US$ 1,00 millones).

Antes de 1999 Colombia exportó a Estados Unidos entre US$ 500 mil y US$ 700 mil de panela al año; sin embargo, en 1999 y el 2000 las exportaciones aumentaron notablemente y, entre el 2002 y el 2003, se ubicaron en promedio en un millón cincuenta mil dólares al año. A pesar de este aumento de las compras estadounidenses de panela colombiana, la participación de Estados Unidos en el total de exportaciones colombianas ha disminuido de forma notoria, ya que entre 1998 y el 2000 alrededor del 75% de las exportaciones de panela tenían como destino los Estados Unidos, mientras que en los años posteriores al 2000 su participación cayó a menos del 50%.

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004**
ESTADOS UNIDOS	652	898	1.332	1.229	1.096	1.001	730
CRECIMIENTO (%)		37,7	48,2	-7,7	-10,7	-8,7	
TOTAL	870	1.139	1.793	3.556	2.271	3.006	1.188
CRECIMIENTO (%)		30,9	57,3	98,3	-36,1	32,2	
PARTICIPACION (%)	75,0	78,9	74,3	34,6	48,3	33,3	61,4

Cuadro No. 2. Exportaciones de panela* de Colombia (miles de US$), 1998-2004.
* Partida 17.01.11.10.00 del arancel colombiano.
** Enero a julio.Fuente: Departamento Nacional de Estadística, DANE.

India exporta panela, principalmente, hacia sus países vecinos. Entre abril del 2002 y abril del 2003 exportó el producto a Bangladesh (los envíos ascendieron a US$ 0,83 millones, lo que representa el 42,64% del valor total exportado en ese año), mientras que a Malasia exportó el 18,59% del valor total. Estados Unidos no es un mercado importante para las exportaciones de panela de India (apenas es el décimo socio comercial); en el período comprendido entre abril del 2002 y abril del 2003 India exportó panela a Estados Unidos por valor de US$ 250 mil, lo que representó el 1,33% del total del valor de sus exportaciones de panela.

A finales de la década de los noventa, las exportaciones de panela de India estaban alrededor de los dos millones de dólares, de los cuales US$ 230 mil tenían como destino el mercado estadounidense; sin embargo, las ventas al exterior de panela (jaggery) en la temporada 2000-2001 tuvieron un crecimiento del 1.736,75% (casi US$ 35 millones), pero hacia Estados Unidos apenas se duplicaron; finalmente, en la temporada 2002-2003 India exportó US$ 18,8 millones, pero destinó a Estados Unidos un valor similar al de finales de la década pasada (es decir, US$ 250 mil).

	1998-1999	1999-2000	2000-2001	2001-2002	2002-2003
ESTADOS UNIDOS	230	230	450	300	250
CRECIMIENTO (%)		-0,1	100,3	-34,0	-16,2
TOTAL	2.320	1.900	34.860	44.660	18.830
CRECIMIENTO (%)		-18,2	1.736,7	28,1	-57,8
PARTICIPACION (%)	9,8	11,9	1,3	0,7	1,3

Cuadro No. 3. Exportaciones de panela (jaggery)* de India (miles de US$), 1998-2003**
* Partida 17.01.11.01 del arancel indio.
** La temporada comienza en abril.
Fuente: Departamento de Comercio de India. (En línea). En http://commerce.nic.in/eidb/ecomcnt.asp (visitado: 10 de octubre del 2004).

Otros países cuyos registros de comercio tienen una partida arancelaria propia para la panela y que exportan a Estados Unidos son Perú y Ecuador (que ocuparon los puestos undécimo y vigésimo sexto en la lista de productores mundiales de panela, según la FAO, en el 2002), aunque los valores de las transacciones de estos países son considerablemente inferiores a los de Colombia e India.

En los primeros ocho meses del 2004, Ecuador exportó a Estados Unidos 62,45 toneladas de panela por valor de US$ 61.310, equivalentes al 22,01% del total de las exportaciones ecuatorianas de este bien (301 toneladas por valor de US$ 278.500); aunque en ese año Estados Unidos se convirtió en el segundo comprador más importante de panela para Ecuador después de Italia, fue la primera vez que Ecuador le vendía tanta panela a Estados Unidos, pues hasta el 2003 las exportaciones tenían como principal destino el mercado europeo, en particular Italia, Alemania, España y Francia.

Salvo en 1999, cuando las exportaciones de panela de Ecuador crecieron en más del 1.000%, gracias a unas exportaciones de US$ 864 mil hacia a Colombia, las exportaciones ecuatorianas de panela han tenido un crecimiento relativamente constante; sin embargo, las exportaciones hacia Estados Unidos de este bien no han sido igualmente estables, pues en tres períodos de los últimos siete años las ventas no alcanzaron siquiera los mil dólares y, en cambio, en el 2003 ascendieron a US$ 17.060, casi el 30% de todo lo que exportó Ecuador a Estados Unidos entre enero y agosto del 2004 (US$ 61.310).

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004**
ESTADOS UNIDOS	9,7	0,6	0,7	1,2	0,3	17,1	61,3
CRECIMIENTO (%)		-93,4	10,9	63,4	-78,5	6.724,0	
TOTAL	248,4	1.014,7	219,9	300,7	422,7	580,8	278,5
CRECIMIENTO (%)		308,5	-78,3	36,7	40,6	37,4	
PARTICIPACION (%)	3,9	0,1	0,3	0,4	0,1	2,9	22,0

Cuadro No. 4. Exportaciones de panela* de Ecuador (miles de US$), 1998-2004.
* Partida 17.01.11.10.00 del arancel ecuatoriano.
** Enero a agosto.
Fuente: Banco Central del Ecuador. (En línea). En http://www.bce.fin.ec (visitado: 10 de octubre del 2004).

Entre enero y mayo del 2004, Perú exportó 194,6 toneladas de panela por valor de US$ 169.250, de las cuales envió 0,8 toneladas por valor de US$ 1.670 hacia Estados Unidos, que se convirtió en el tercer destino de las exportaciones peruanas de este bien, después de Italia (139,7 toneladas por valor de US$ 131.540) y Francia (54 toneladas por valor de US$ 35.960). Como ocurre con otros países productores, las exportaciones de panela de Perú no han sido altas; sin embargo, el valor aumentó en forma considerable en el 2003, y mucho más en los primeros cinco meses del 2004, a pesar de lo cual el comercio con Estados Unidos de este producto sigue siendo bajo.

	2000	2001	2002	2003	2004**
ESTADOS UNIDOS	0,1	1,0	0,0	2,5	1,7
CRECIMIENTO (%)		2.425,0	-100,0	-	
TOTAL	0,4	1,1	0,2	19,1	121,2
CRECIMIENTO (%)		141,9	-82,7	10.527,8	
PARTICIPACION (%)	9,3	97,1	0,0	13,2	1,4

Cuadro No. 5. Exportaciones de panela* de Perú (miles de US$), 2000-2004.
* Partida 17.01.11.10.00 del arancel peruano.
** Enero a mayo.
Fuente: Ministerio de Agricultura de Perú. (En línea). En http://www.minag.gob.pe/cgi-bin/est_ce_exportaciones.cgi (visitado: 10 de octubre del 2004).

PRECIOS DE LA PANELA EN ESTADOS UNIDOS

Pese a que los exportadores colombianos afirman que los precios de la panela colombiana son a veces un poco más altos que los de la panela de otros orígenes, debido a que es de mejor calidad y tiene mejor presentación[7/] , los precios implícitos de las exportaciones de panela de cada uno de los países exportadores muestran que, en promedio, India y Colombia, los dos países que más le exportan este bien a Estados Unidos, venden la panela más barata que los pequeños exportadores, como Perú y Ecuador.

El consumidor de panela en Estados Unidos puede conseguirla de manera permanente en algunos supermercados que se especializan en los productos étnicos, algunos de los cuales tienen una sección dedicada exclusivamente a los productos de origen colombiano. Algunos de ellos son Fiesta Market, en donde el precio por libra de panela[8/] es de US$ 0,79 en promoción, pero con un precio regular de US$ 1, y HEB, que vende la libra a US$ 1,49. En las tiendas pequeñas el precio oscila entre US$ 1 y US$ 1,15. Además de los supermercados y las tiendas, la panela en Estados Unidos también se puede conseguir a través de internet; sin embargo, en este caso los precios son muy variables y las presentaciones son muy diversas.

PORTAL	DESCRIPCION	PRECIO US$
www.mecato.us	CUBOS DE PANELA INSTANTANEA SABOR A LIMON (48 CUBOS X 300 GR)	4,20
www.sugarindia.com	POWDER JAGGERY (1 LB) JAGGERY (1 KG)	6,95 13,95
www.shamanshop.com	JAGGERY (1 LB)	7,15
www.camari.org	PANELA GRANULADA (250 GR)	0,60
www.mexgrocer.com www.georeviews.com www.amazon.com	PILONCILLO (12 OZ)	1,75
www.friedas.com	PILONCILLO (4 PAQUETES X 6 OZ C/U)	30,60
www.sweetfredomfarm.com	PILONCILLO (8 OZ) PILONCILLO (1 LB)	2,75 4,00
www.gourmetsleuth.com	PILONCILLO (11 A A2 OZ) PILONCILLO (CAJA X 25 LB)	3,25 30,00
www.amigofoods.com	PANELA REDONDA O CUADRADA (16 OZ) PANELA FRACCIONADA (16 OZ)	1,29 1,39
www.ellatinazo.com	PANELA REDONDA (16 OZ)	1,99
www.las4esquinas.com	PANELA REDONDA O CUADRADA (16 OZ) PANELA REDONDA O CUADRADA (16 OZ X 24 UNIDADES) PILONCILLO (8,8 OZ) PILONCILLO (8,8 OZ)	1,23 20,94 1,21 10,38
www.melissas.com	Piloncillo (6 oz X 3 unidades)	6,25
www.healthandyoga.com	Jaggery cuadrada (8,8 oz o 250 gr)	6.95

Cuadro No. 6. Precios de la panela en internet
Todas las web fueron visitadas a lo largo del mes de octubre del 2004. Elaborado por Corporación Colombia Internacional.

7/Entrevistas a voceros de las empresas ya citadas.
8/Precios más impuestos del 8,25% en la ciudad de Houston durante octubre del 2004.

ACCESO AL MERCADO

Para poder exportar panela desde Colombia a Estados Unidos, o a cualquier otro mercado, los productores deben cumplir con las normas de la resolución número 0002546 del 11 de agosto del 2004 expedida por el Ministerio de Protección Social sobre requisitos sanitarios, norma que también deben seguir los trapiches en los que compren las comercializadoras que vendan panela al exterior. Esta norma establece que la panela que se destina a la exportación debe provenir de trapiches y de centrales de acopio de mieles vírgenes procedentes también de trapiches que cumplan las Buenas Prácticas de Manufactura, que deben estar certificados por una autoridad calificada[9/].

Además, el exportador debe pagar una cuota parafiscal impuesta equivalente al 0,5% del valor FOB de la exportación al Fondo de Fomento Panelero, que es el que administra los recursos y cobra la cuota; finalmente, el exportador debe diligenciar el certificado que expide FEDEPANELA en el que se especifican la cantidad de panela que se va a exportar y el destino.

La única restricción que impone el gobierno de Estados Unidos al comercio de panela es la cuota que le asignan a las importaciones de azúcar con preferencias arancelarias; para acceder a un cupo de esta cuota, el exportador debe tramitar, ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, el certificado de elegibilidad para las exportaciones de azúcar y panela a Estados Unidos[10/].

OPORTUNIDADES DE MERCADO

Dado que se trata de un producto étnico, para conquistar un mercado como el estadounidense es preciso que los exportadores de panela diseñen una estrategia comercial basada en la difusión de información sobre las propiedades nutricionales del producto y de sus beneficios y formas de consumirlo. La estrategia debe incluir, también, nuevas presentaciones de la panela (por ejemplo, con empaques atractivos o panela orgánica). Lo anterior significa que el mercado de la panela en Estados Unidos todavía está por crearse.

Estados Unidos le asignó a Colombia una cuota de exportaciones con preferencias arancelarias de 25.273 toneladas de azúcar para el año fiscal 2005[11/], de las cuales, y por acuerdo con los productores, el gobierno colombiano decidió asignar el 20% para las exportaciones de panela. Esto equivale a 5.054,6 toneladas que difícilmente serán aprovechadas, puesto que las ventas de panela anuales a los Estados Unidos están alrededor de las 1.500 toneladas; además, ese cupo que se tiene para las exportaciones hacia Estados Unidos es semejante a lo que se le vendió en total a todo el mundo en el 2003 (5.345,98 toneladas de panela).

PERSPECTIVA COMERCIAL

Como en los países en los que no se produce panela prácticamente ni siquiera se conoce el producto, la labor de ventas hacia los mercados externos debe comenzar por una fase de ilustración en la que se dé a conocer el producto y todas sus características a través de ferias, ruedas de negocios, seminarios, etc.

Además, como un compromiso institucional, el gobierno colombiano pretende que el consumo local de panela se extienda también entre las personas pertenecientes a los estratos altos de la sociedad; por esta razón, para el año 2005 se programó una promoción que será emitida a través de los canales privados de televisión durante aproximadamente nueve meses. Con esta estrategia se procura, también, que se incremente el consumo de panela entre la colonia hispana de Estados Unidos, ya que estos canales privados cuentan con señal internacional que llega a éste y otros países.

9/Ministerio de Protección Social de la República de Colombia. Resolución número 0002546 del 6 de agosto del 2004. Titulo III, Capítulo I, Artículo 14. Exportación de panela, registro sanitario y vigilancia sanitaria. (En línea). En http://www.invima.gov.co/version1/normatividad/alimentos/resolucion%202546%20de%202004.htm (visitado: 25 de octubre del 2004).

10/Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia. Certificado de elegibilidad para las exportaciones de azúcar y panela. (En línea). En http://www.mincomercio.gov.co/VBeContent/NewsDetail.asp?ID=2311&IDCompany=7 (visitado: 25 de octubre del 2004).

11/Office of the United States Trade Representative. Executive Office of the President. USTR Announces Tariff-Rate Quota Allocations for Raw Cane Sugar, Refined Sugar, and Sugar-Containing Products for 2004/2005. Julio del 2004. (En línea). En http://www.ustr.gov/assets/Document_Library/Press_Releases/2004/July/asset_upload_file743_5603.pdf (visitado: 25 de octubre del 2004).

CADENA DE COMERCIALIZACIÓN

En Colombia, 30 de las 53 empresas que comercializaron panela entre los años 2003 y 2004 la exportaron a Estados Unidos; de estas 30 empresas la mayoría está ubicada en Antioquia (Medellín e Itagüí), Valle del Cauca (Cali, Palmira, Candelaria, Bugalagrande y Tuluá), Bogotá y el Viejo Caldas (Pereira y Manizales). Las otras regiones en las que se encuentran exportadores de panela con destino Estados Unidos son Boyacá, Santander y Cauca.

En general, la cadena de comercialización de la panela hacia el mercado de Estados Unidos está compuesta por cuatro agentes: el productor, los comercializadores, los distribuidores en Estados Unidos o los supermercados y los consumidores finales; sin embargo, en algunos casos los productores son los mismos exportadores y, en otros, el comerciante mayorista le vende la panela a pequeños distribuidores en Estados Unidos.

Actualmente, los productos de panela exportados a Estados Unidos son empacados en las marcas y tipos de empaque que los distribuidores y comercializadores solicitan; así, por ejemplo, Goya Foods solicita la panela con su propia marca y el producto es empacado de acuerdo con sus indicaciones. Lo mismo sucede con las exportaciones a otros países como España, a donde se envía con marca comercial de ese país.

La presentación más usual en la que entregan los comercializadores el producto al siguiente agente de la cadena son las cajas de 32 libras de panela, redonda o cuadrada, empacadas cada una en bolsas termoencogibles etiquetadas; la panela se vende al consumidor final por unidades. Cada panela pesa una libra; en el mercado estadounidense es indispensable que se especifique la información sobre el peso del producto en el empaque.

Normalmente los comercializadores colombianos sólo llegan hasta la entrega y el respectivo seguimiento de la mercancía a los distribuidores estadounidenses, en ocasiones hasta el puerto nacional y en otras oportunidades hasta el puerto de destino, ya que la panela es enviada a Estados Unidos por vía marítima.

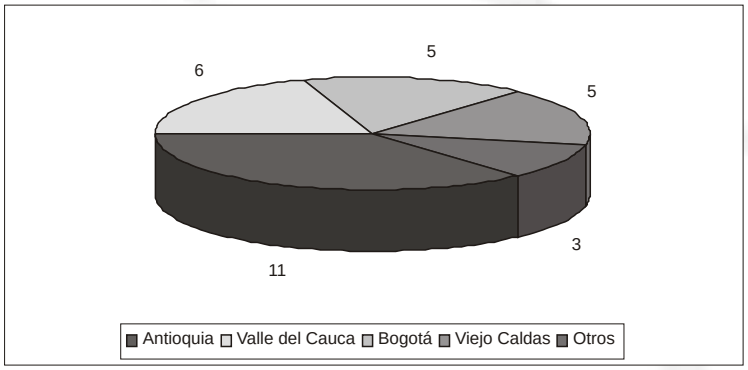


Grafico No. 3. Empresas exportadoras de panela hacia Estados Unidos, por regiones, 2003 y 2004.
Otros incluye Boyacá, Santander y Cauca.
Fuente: Fondo Nacional de la Panela, FEDEPANELA. Listado de exportadores de panela 2003 y 2004.

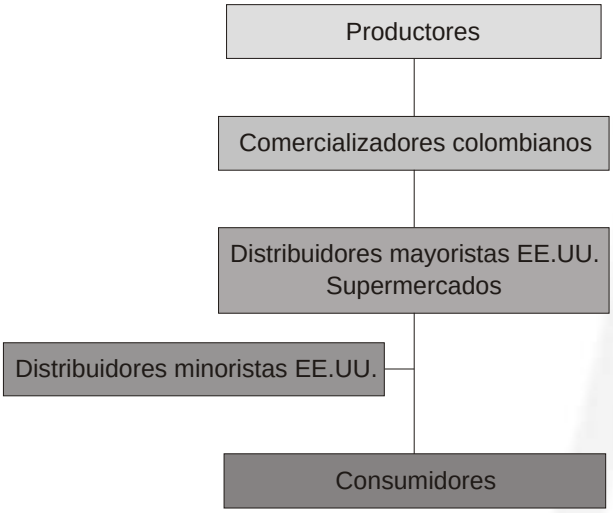


Gráfico No. 4. Cadena de comercialización de la panela hacia Estados Unidos

Actualmente, los productos de panela exportados a Estados Unidos son empacados en las marcas y tipos de empaque que los distribuidores y comercializadores solicitan; así, por ejemplo, Goya Foods solicita la panela con su propia marca y el producto es empacado de acuerdo con sus indicaciones. Lo mismo sucede con las exportaciones a otros países como España, a donde se envía con marca comercial de ese país.

La presentación más usual en la que entregan los comercializadores el producto al siguiente agente de la cadena son las cajas de 32 libras de panela, redonda o cuadrada, empacadas cada una en bolsas termoencogibles etiquetadas; la panela se vende al consumidor final por unidades. Cada panela pesa una libra; en el mercado estadounidense es indispensable que se especifique la información sobre el peso del producto en el empaque.

Normalmente los comercializadores colombianos sólo llegan hasta la entrega y el respectivo seguimiento de la mercancía a los distribuidores estadounidenses, en ocasiones hasta el puerto nacional y en otras oportunidades hasta el puerto de destino, ya que la panela es enviada a Estados Unidos por vía marítima.

PRESENTACIONES

Las presentaciones en que se encuentra la panela son muy diversas. En Colombia, la panela tradicional, que se puede conseguir en una tienda o en un supermercado, puede ser redonda o cuadrada; la panela de India (jaggery) se produce en grandes bloques y al consumidor final le parten la porción que solicite. La panela de México y Centroamérica, denominada piloncillo, tiene forma de cono.

Esta variedad de presentaciones tradicionales ilustra una de las principales preocupaciones de los exportadores, quienes argumentan que es mejor una estandarización en la producción para facilitar la comercialización; aunque son concientes de las dificultades de lograrlo en el corto plazo, dado que es un producto muy artesanal[12/].

Según estudios realizados por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y el gobierno holandés, mediante el Convenio de Investigación y Divulgación para el Mejoramiento de la Industria Panelera (CIMPA), la panela granulada fue la presentación más aceptada en exposiciones en mercados externos[13/]. La justificación más importante es que el ritmo de vida acelerado de la sociedad actual no permite la preparación convencional de la panela, puesto que el grueso de los consumidores busca productos de buena calidad y de fácil preparación.
Lo primero que se debe hacer para pensar en un óptimo desarrollo del mercado de la panela en Estados Unidos, y en el mundo en general, es sacar de la cabeza la imagen de los bloques en los que tradicionalmente se consigue la panela en Colombia, pues con estos está familiarizado el consumidor colombiano, pero no el internacional; por eso, además de las exportaciones de panela en bloques, son importantes también las de panela granulada, en cubos y en pastillas. Además, ya hay nuevas presentaciones como la panela en cubitos aromatizados e instantáneos[14/].

Además de ser un edulcorante, la panela tiene muchos otros usos y, por tanto, otros segmentos de mercado en los que ya está participando o en los que podría incursionar. Según los diferentes usos que tiene la panela, puede competir además en otros mercados en lugar de pensar en un solo mercado exclusivo para este producto.

La panela puede competir, entre otros, con los jugos o con los saborizantes artificiales en el mercado de las bebidas refrescantes; con el chocolate, el café, el té o las aromáticas en el mercado de las bebidas calientes; o puede competir en el mercado de los productos naturales y de salud. Otro gran nicho de mercado en el que la panela puede incursionar es como insumo para transformaciones industriales en el mercado de alimentos y de productos orgánicos como salsas, tortas y pasteles, chocolates, postres, mermeladas y compotas, dulces, panes y galletas, fritos, carnes, etc. Finalmente, se puede aprovechar el mercado con la panela orgánica certificada, que se está comercializando en el mercado europeo.

12/Entrevistas a voceros de las empresas ya citadas.

13/VELEZ VIDAL, Jenny Andrea. La panela cambia de look. Mayo del 2001. (En línea). Agencia Universitaria de Periodismo Científico AUPEC. Universidad del Valle. En http://mafalda.univalle.edu.co/~aupec/AUPEC/anteriores/panela.html (visitado: 25 de octubre del 2004).

14/Corporación Colombia Internacional, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Panela en cubitos aromatizados e instantáneos. En Noticiero No. 30. Noviembre del 2000. En http://www.cci.org.co/publicaciones/Noticiero/noticiero%2030.pdf (visitado: 30 de octubre del 2004).