

COMERCIALIZACION Y MERCADEO DE LA PANELA EN COLOMBIA

Carlos Buenaventura O.*

1. CARACTERISTICAS GENERALES

De los derivados de la caña de azúcar, la panela es la que tiene un mercado más errático. Dentro de los factores que inciden en él, se destacan :

- 1.1 El gran número de productores. 63 mil en 1968 (5), cuya falta de organización ha creado una situación de anarquía frente a las diversas calidades, formas y pesos, que han hecho proliferar los intermediarios, los cuales aplican condiciones de precios no siempre determinada por razones económicas.
- 1.2 La gama de calidades en cuanto a sabor, color, forma, textura y peso que favorece una corriente de oferta generadora de variaciones significativas en los precios.
- 1.3 La perecibilidad del producto
- 1.4 El escaso poder de negociación de la mayoría de los productores pertenecientes a los estratos más bajos de producción.
- 1.5 La carencia de crédito oportuno y funcional que hace que muchos productores tengan que vender su producción anticipadamente o pagar en especie a los agentes distribuidores o a particulares, casi siempre a precios congelados.

* Ingeniero Agrónomo, M.S. Programa de Caña Panelera. Regional No. 7, ICA. Bucaramanga.

1.6 El sistema de elaboración de la panela, que impone a los arrendatarios de los trapiches el pago en especie, independiente del precio del producto.

El mercado de la panela depende en su totalidad, de los comerciantes mayoristas quienes concedores de la situación en un momento dado, establecen al productor el precio del producto. Las variaciones en la demanda u oferta afectan notablemente los precios de la panela más no los márgenes de comercialización que toma el intermediario.

2. CENTROS DE ACOPIO Y MERCADEO

Los centros de acopio de la panela están localizados en las principales cabeceras municipales de las zonas productoras. La mayoría de estos centros acopian el producto en las plazas principales de los pueblos o en algunas bodegas que en gran parte son casas viejas o inadecuadas, lo cual deteriora la panela.

No toda la panela que se produce sale al mercado. Buena parte de ella se queda para consumo del productor y pagos en especie a trabajadores o para alquiler de equipos o participaciones en las moliendas.

En general, se distinguen tres tipos de centros de acopio :

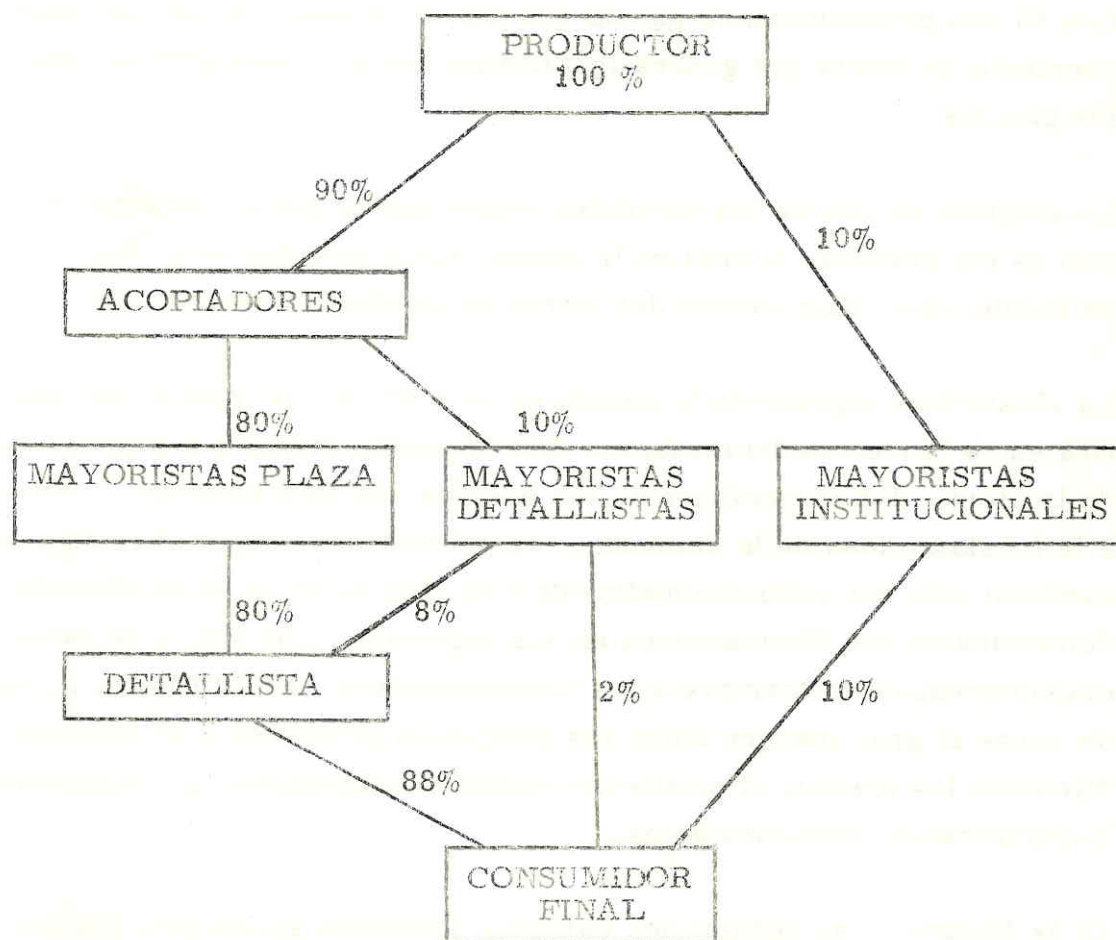
2.1 Acopio principal o cabecera municipal

2.2 Acopio secundario en veredas. Estos venden la producción al centro de acopio principal.

2.3 Acopio terciario. Parajes, cruces de camino y/o fondas, quienes venden a los secundarios o principales.

En los tres niveles de centros de acopio se encuentran comerciantes que compran desde una carga de panela hasta dos o tres cupos de camiones de 6 toneladas, quienes llevan la panela a las principales ciudades del país donde es comprada por mayoristas de plaza, los cuales la venden al detallista y éstos al consumidor final.

CANALES DE COMERCIALIZACION



3. PRECIOS

El mercado de la panela ha sido tradicionalmente inestable. Se calcula que unas 300.000 personas dependen directamente para su sustento de la estabilidad de este sector de la economía del país y así, aunque los niveles de productividad dentro del sector panelero sean tradicionalmente bajos, es evidente que parte del producto bruto interno proviene directamente de su producción.

Los 63 mil productores de panela que hay en el país, crean una amplia corriente de oferta que genera igualmente variaciones significativas en los precios.

Lo anterior es una de las variables responsables por el carácter errático de los precios, al cual se le suman otros móviles de la más diversa índole, que caben dentro del marco de la oferta y la demanda.

La elasticidad ingreso de la panela es de 1.95 (6) y a más de ser negativa es de tendencia decreciente. Por lo tanto, frente a la estructura de la oferta, las variaciones en los precios son bien amplias. Debido a la inelasticidad de la demanda, los precios que recibe el productor cambian más que proporcionalmente a la alteración de la producción, determinando así fluctuaciones en sus ingresos. Las mayores ganancias corresponden siempre a los intermediarios. En la Figura 1, puede verse el gran margen entre los precios al productor y al consumidor. Mientras los precios al productor varían notablemente, al consumidor le permanecen casi constantes.

En la Figura 2, se señalan los cambios ocurridos en los precios durante los años 1967-1974 en el mercado de Bucaramanga y puede verse como estos cambios ocurren con persistencia denotando que la oferta no

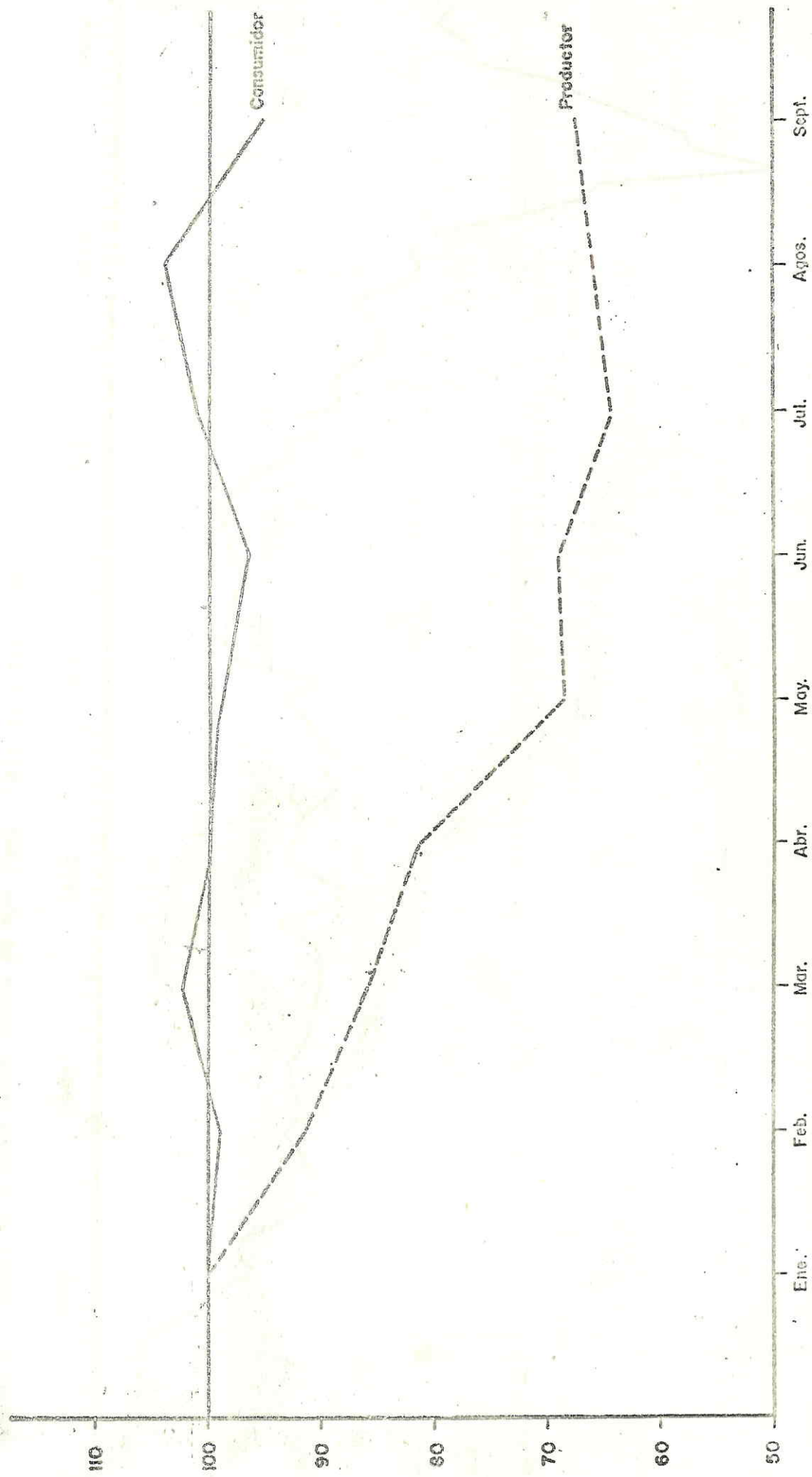


FIGURA 1. Índice de precios al productor y consumidor en el mercado de Bucaramanga.

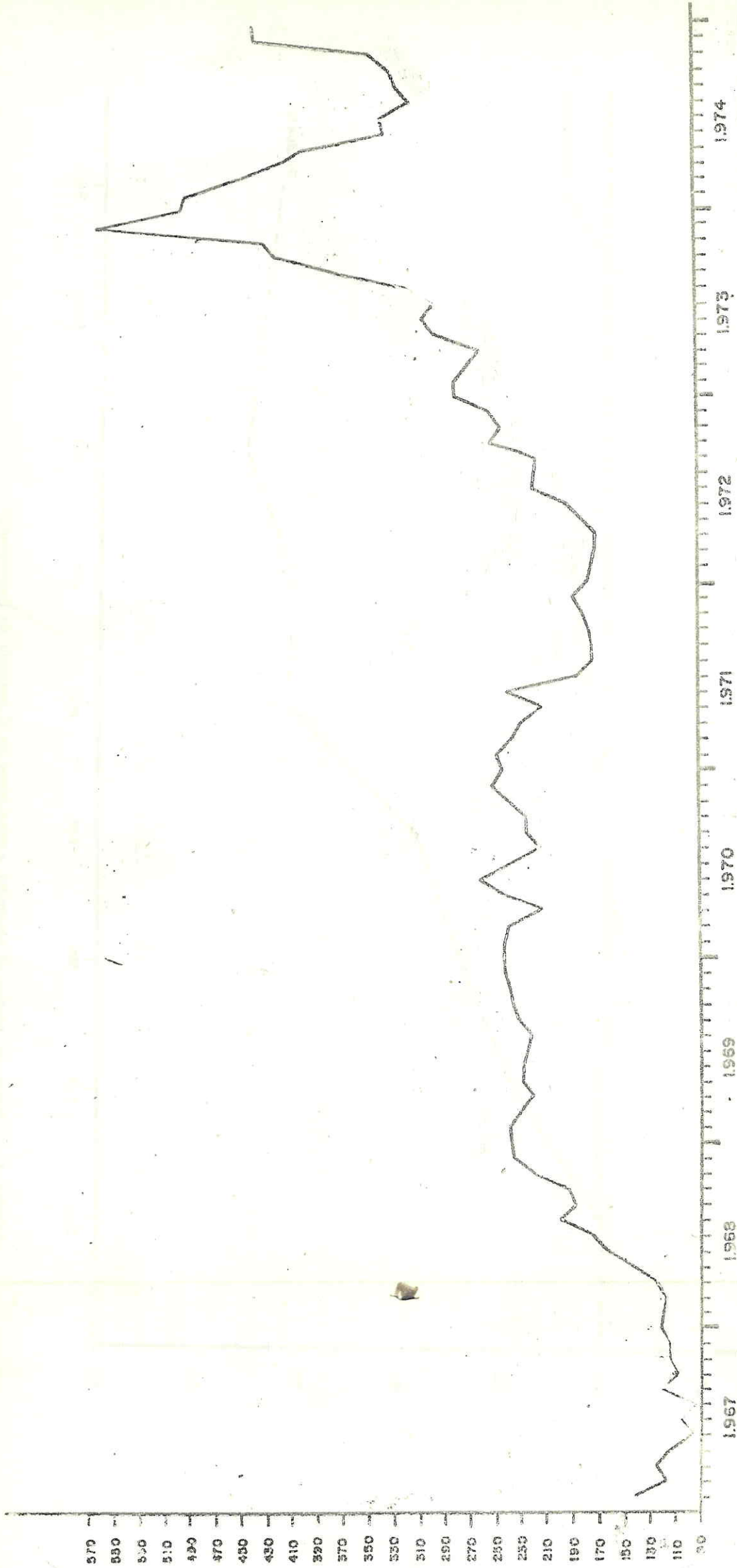


FIGURA 2. Precios de la panela grande durante los años 1967 - 1974 en Bucaramanga.

logra acondicionarse en corto tiempo a las modalidades de la demanda, por lo cual, en lugar de ajustes, ocurren variaciones y tendencias significativas en los precios.

Las variaciones en los precios están directamente relacionadas con la abundancia o escasez del producto, que dan origen a movimientos cíclicos o estacionales.

Estos movimientos son debidos a dos causas esenciales: la periodicidad de la cosecha de café, con la que tiene una alta relación por hallarse el 65% de las áreas sembradas con caña en zonas cafeteras y el período vegetativo del cultivo.

Durante los períodos de cosecha de café o sea en los meses de abril, mayo y junio en el primer semestre y octubre, noviembre y diciembre en el segundo, la mano de obra se desplaza toda hacia este cultivo para obtener mayores jornales, paralizándose millares de trapiches. Ocurre una disminución notable en la oferta que origina una alza en los precios de la panela, estructurándose así los movimientos estacionales registrados en las Figuras 3 y 4.

Cuando las alzas son extremas y de larga duración los productores expanden más la escala de operaciones, los trapiches cerrados vuelven a moler y además tentados por los altos precios ingresan nuevos productores. El exceso de oferta creada causa un natural decaimiento en los precios con el consiguiente desestímulo para los agricultores, quienes restringen la producción hasta que la oferta vuelve a contraerse y los precios nuevamente suben. Ver Figuras 5 y 6.

Por tener la caña un período vegetativo relativamente largo, cuando la panela llega al mercado, la demanda está ya saturada; además por el

Manizates  Call 

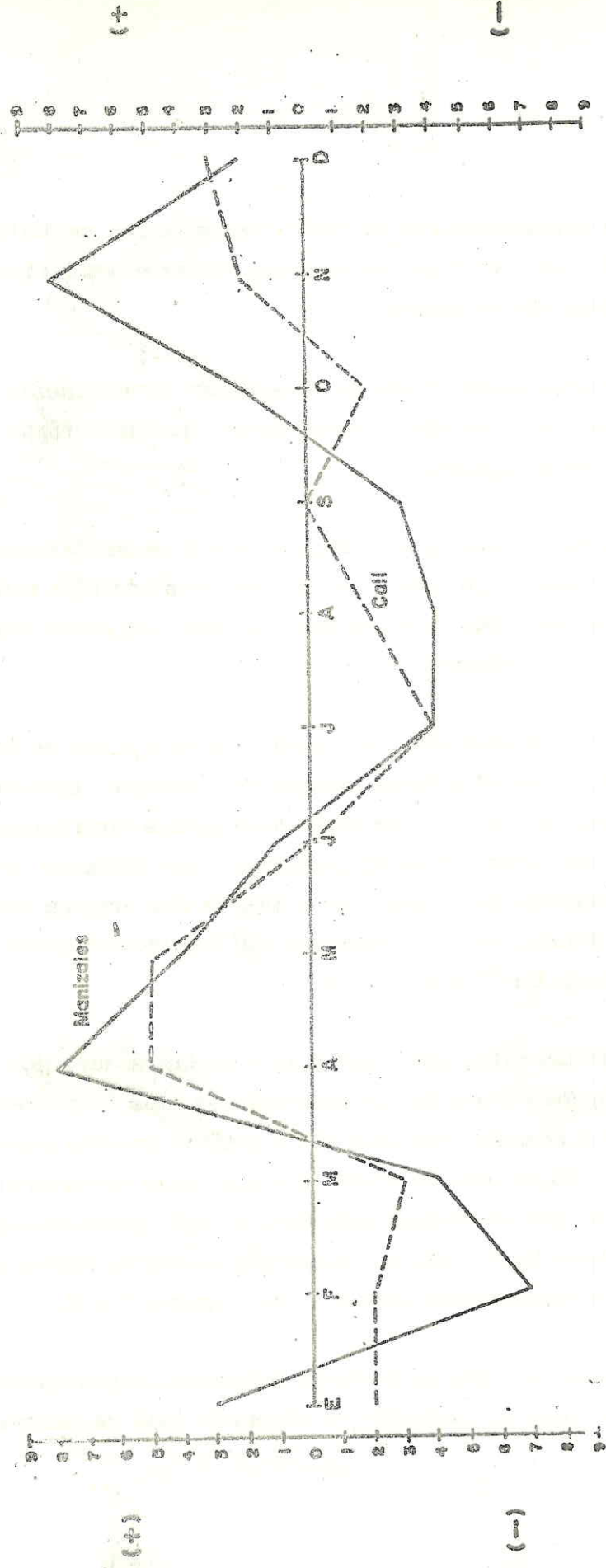


FIGURA 3. Variaciones estacionales en los precios de la panela en las plazas de Manizates y Call - 1958-1966

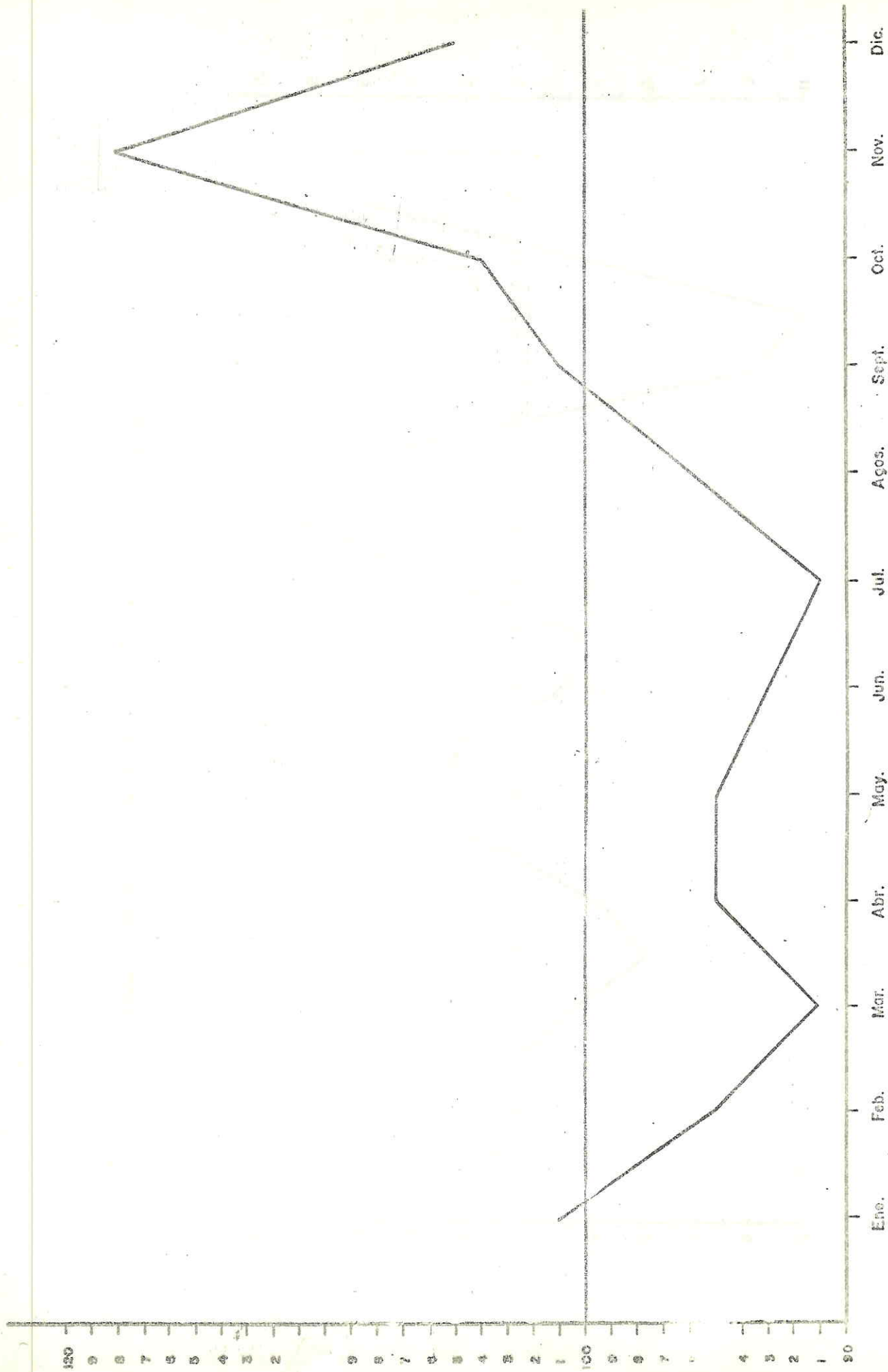


FIGURA 4. Índice estacional de la banana en el mercado de Bucaramanga 1.974 - 1.974

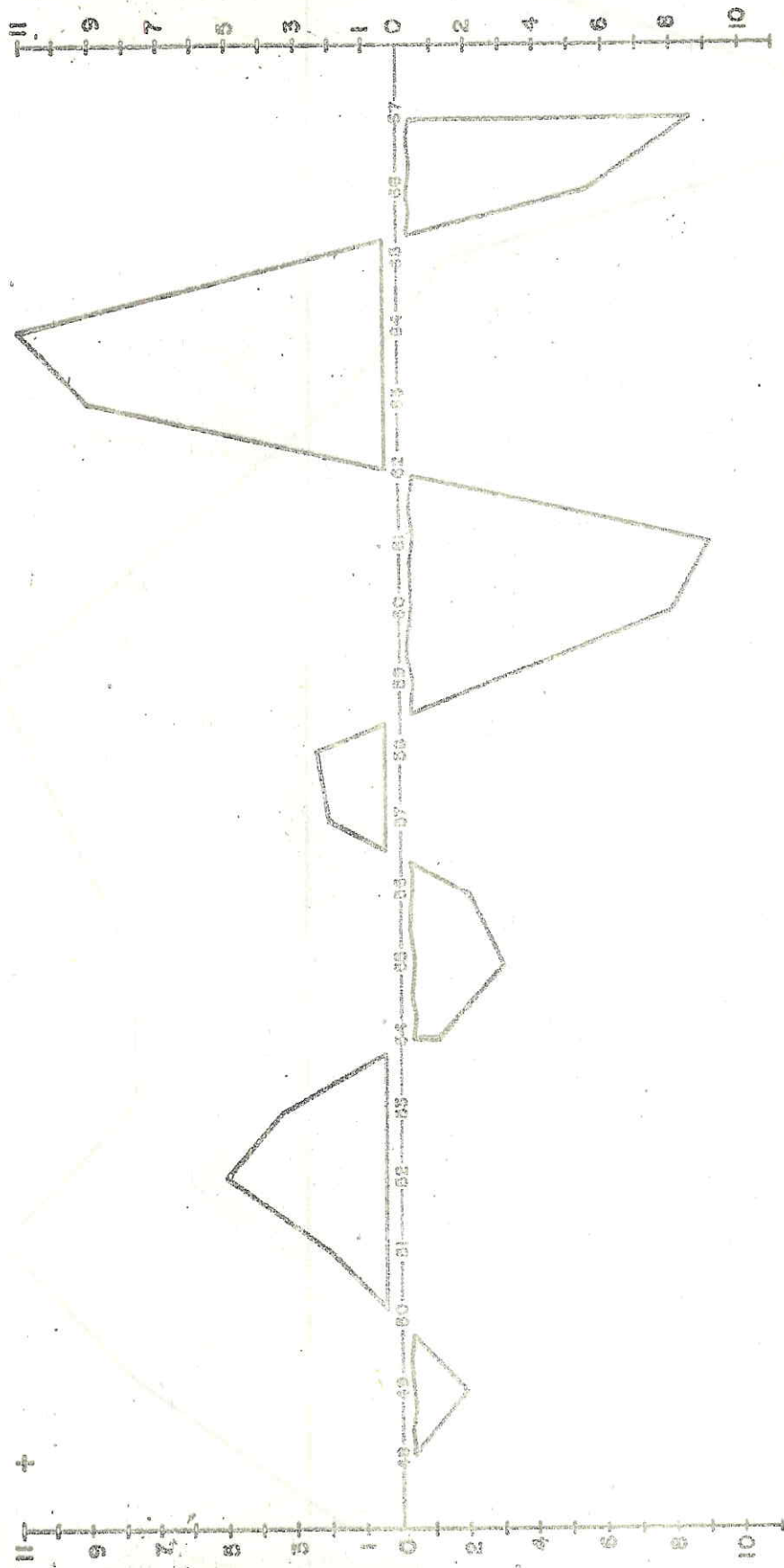


FIGURA 5. Variaciones cíclicas en la planta en la plaza de Palmira - Valle 1.9.49 - 1.9.67

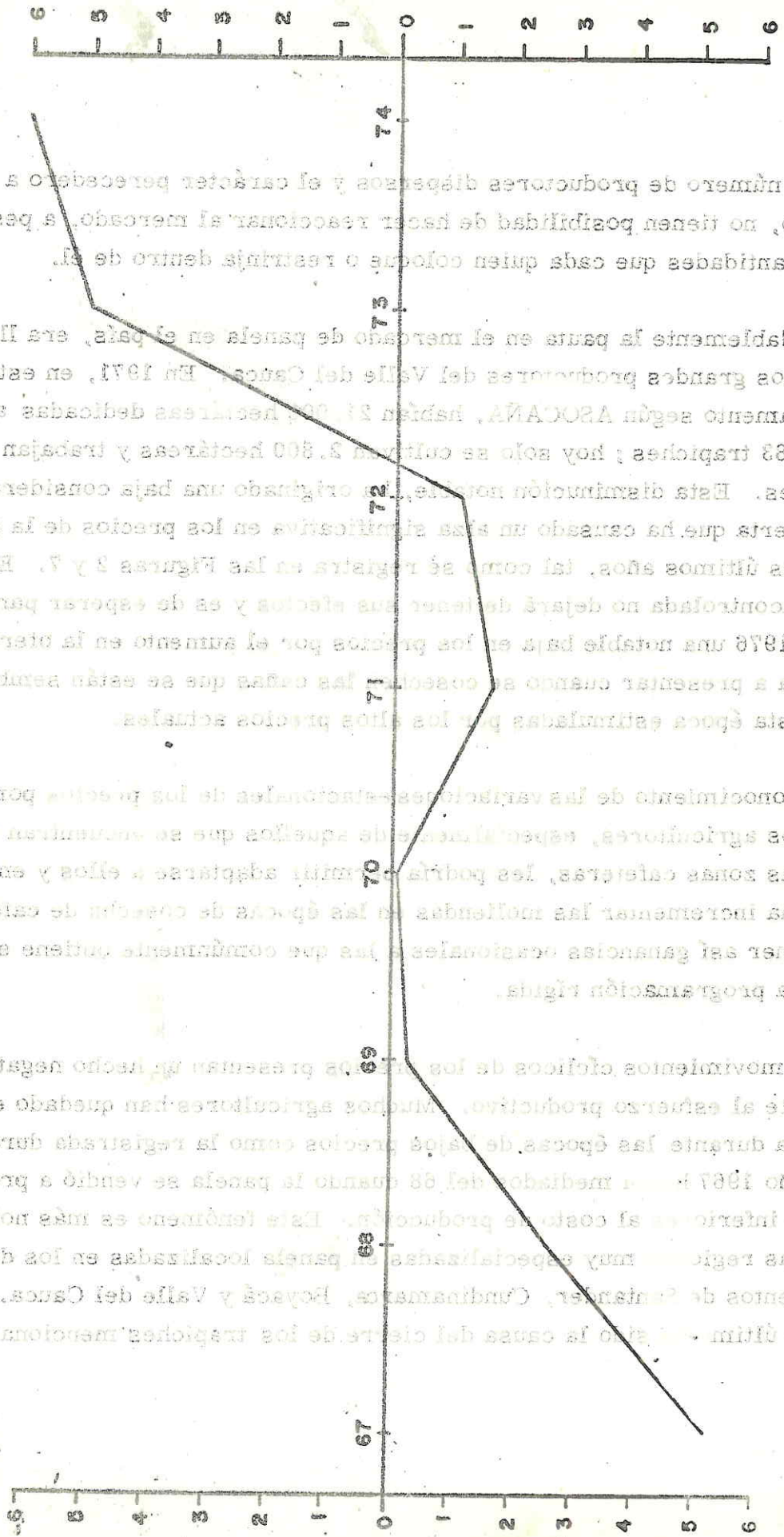


FIGURA 6. Índice cíclico de los precios de la panela en Bucaramanga - 1967-1974

gran número de productores dispersos y el carácter perecedero a corto plazo, no tienen posibilidad de hacer reaccionar al mercado, a pesar de las cantidades que cada quien coloque o restrinja dentro de él.

Indudablemente la pauta en el mercado de panela en el país, era llevada por los grandes productores del Valle del Cauca. En 1971, en este departamento según ASOCAÑA, habían 21.000 hectáreas dedicadas a panela y 83 trapiches; hoy solo se cultivan 2.800 hectáreas y trabajan 15 trapiches. Esta disminución notable, ha originado una baja considerable en la oferta que ha causado un alza significativa en los precios de la panela en los últimos años, tal como se registra en las Figuras 2 y 7. Esta alza incontrolada no dejará de tener sus efectos y es de esperar para el año 1976 una notable baja en los precios por el aumento en la oferta que se va a presentar cuando se cosechen las cañas que se están sembrando en esta época estimuladas por los altos precios actuales.

El conocimiento de las variaciones estacionales de los precios por parte de los agricultores, especialmente de aquellos que se encuentran fuera de las zonas cafeteras, les podría permitir adaptarse a ellos y en esa forma incrementar las moliendas en las épocas de cosecha de café para obtener así ganancias ocasionales a las que comúnmente obtiene en base a una programación rígida.

Los movimientos cíclicos de los precios presentan un hecho negativo frente al esfuerzo productivo. Muchos agricultores han quedado en la ruina durante las épocas de bajos precios como la registrada durante el año 1967 hasta mediados del 68 cuando la panela se vendió a precios muy inferiores al costo de producción. Este fenómeno es más notorio en las regiones muy especializadas en panela localizadas en los departamentos de Santander, Cundinamarca, Boyacá y Valle del Cauca. En este último ha sido la causa del cierre de los trapiches mencionados

antes. La falta de empresas complementarias o suplementarias al lado de la actividad panelera en esta área, lesiona grandemente a estos agricultores para los cuales es cada vez más difícil resistir los efectos negativos de un mercado que nunca ha estado sujeto a normas económicas o políticas de producción.

4. EMPAQUE

La diversidad de formas y tamaños de panelas, conlleva una gran variedad de empaques. Se destacan dos clases de ellos de acuerdo a los principales tipos de panela producida, la redonda y la cuadrada.

La primera es empacada en sacos de fique o "costales" al cual le caben entre 96 y 100 panelas que se aparean en atados por su parte plana y se envuelven irregularmente en hojas secas de plátano o tiras de papel. Para la cuadrada se usa en algunas zonas como Santander, Boyacá y Cundinamarca, la hoja de caña con la cual se envuelven las panelas formando bultos de 96 panelas. Dos bultos constituyen la carga cuyo peso aproximadamente es de 100 kilos.

Ultimamente se ha ido introduciendo el sistema de empaque en cajas de cartón que da al producto una mejor presentación de conjunto, mayor higiene, permite la propaganda impresa para acreditar determinadas marcas y además facilita su manipulación y almacenamiento.

5. ALMACENAMIENTO Y CONSERVACION

La panela por sus características físico-químicas y su actual sistema de elaboración no resiste un almacenamiento prolongado. Los mayoristas y acopiadores grandes, la almacenan en bodegas comunes y corrientes

sin ningunas especificaciones, lo cual ocasiona pérdidas considerables por daños consistentes en pérdida de sus características físicas, proliferación de hongos, humedad excesiva (la panela es altamente higroscópica). El inadecuado almacenamiento y empaque no dan ninguna protección al producto por períodos largos que permitan regular los precios en épocas de mayor oferta. El tiempo promedio de almacenamiento de la panela es de 15 días.

Cuando a la panela se le agrega clarol (hidrosulfito de sodio), éste producto le transmite una mayor higroscopicidad que disminuye aún más el período de almacenamiento. La panela que no logre venderse rápidamente se demerita y pierde precio.

Estudios hechos por el Instituto de Investigaciones Tecnológicas (5), han demostrado que la panela se puede tener almacenada por seis meses, empacada en bolsas de polietileno, siempre y cuando su higroscopicidad sea inferior al 64%. Cuando la higroscopicidad es de 65% o más, puede almacenarse sólo en condiciones de humedad relativa y temperatura tales como :

Humedad Relativa	Temperatura
65 - 70 %	20°C
menos de 65%	30°C

6. CONCLUSIONES

El mercadeo de la panela en Colombia está afectado por diversos problemas que afectan principalmente al productor y le imprimen características erráticas. Entre estos problemas podemos mencionar :

- 6.1 Falta de homogeneidad en el color y textura de la panela
- 6.2 Diversidad de formas y tamaños
- 6.3 Mala presentación del producto
- 6.4 Perecibilidad de la panela
- 6.5 Inadecuado almacenamiento y empaque
- 6.6 Variaciones bruscas de la oferta
- 6.7 Carencia de información exacta y confiable sobre la demanda efectiva y precios de la panela que permita a los productores regular su producción en un momento dado.
- 6.8 Escaso poder de negociación del productor, debido a su carácter disperso y al tamaño reducido de las explotaciones.
- 6.9 Ante la ausencia de un mecanismo oficial que regule los precios, los productores se encuentran sometidos, más que a la ley de la oferta y la demanda, a la insaciable habilidad acaparadora de los intermediarios y por lo general, las bajas en el precio al productor, no se reflejan en igual forma en los precios al consumidor.
- 6.10 No hay relación directa entre el precio de la panela y los diferentes pesos y tamaños.
- 6.11 No se ha producido ninguna intervención oficial que acabe con la adición de sustancias tóxicas a la panela (clarol y anilina industrial).

7. RECOMENDACIONES

Debido a las características vistas de la producción y el mercadeo de la panela en Colombia, es en realidad difícil solucionar de un solo tajo todos los problemas que presenta la comercialización de la misma. Sin embargo, existen algunas soluciones que requieren del esfuerzo tanto de las entidades oficiales y privadas, vinculadas a esta industria, como de los mismos productores.

Dentro de éstas se pueden citar :

- 7.1 Introducción de cambios en la fabricación de la panela como la sustitución del clarol por otras sustancias que como el fosfato de calcio (clarifos) permitan obtener panela de buena calidad y de una textura y color uniforme, además de no presentar efectos tóxicos.
- 7.2 Regularizar las medidas y tamaño de las gaveras en las que se moldea la panela para evitar tantas variaciones en pesos y tamaños.
- 7.3 Aumentar el poder de negociación de los productores mediante la formación de cooperativas que se encarguen directamente de la comercialización para en esa forma lograr precios más justos y menos variables, eliminando parte de los intermediarios.
- 7.4 Para regular los precios se sugiere por una parte, una información adecuada a los productores sobre los ciclos que se presentan en los mismos, a fin de que puedan programar mejor sus siembras y cosechas; por otra parte, si se constituyen las cooperativas paneleras, éstas pueden construir bodegas adecuadas que permitan almacenar la panela en las épocas de mayor oferta y precios bajos para venderla en las épocas de menor oferta.

- 7.5 Se deben buscar nuevas formas de presentación de la panela (dulces, golosinas) que aumenten su consumo.
- 7.6 El Ministerio de Salud Pública debe pronunciarse sobre la calidad de la panela, a fin de eliminar las sustancias tóxicas que se le están agregando (clarol y anilina industrial).
- 7.7 Se deben reiniciar las exportaciones organizadas como una forma de regular el mercado en las épocas de mayor oferta.

BIBLIOGRAFÍA

1. ANONIMO. s.f. Mercadeo de la panela en Bogotá. 22 p. (Mimeografiado).
2. BUENAVENTURA O., C. 1975. Evaluación crítica de la tecnología generada en caña para panela en Colombia. Tesis M.S. ICA-U.N.
3. INSTITUTO DE INVESTIGACIONES TECNOLOGICAS IIT. 1964. La industria panelera en Colombia. Estudio para su mejoramiento. Bogotá. 72 pp.
4. IZQUIERDO, V. 1964. Caña, trapiches y panela en Cauca, Valle y Caldas. Asociación Nacional de Cultivadores de Caña ASOCAÑA. Cali. 119 pp.

5. IZQUIERDO, V. 1967. Ciclos - panela - mercados. Desarrollo azucarero. Julio-Agosto. pp. 5-7.
6. _____. 1972. Algunos apuntes sobre el mercadeo de la panela en Colombia. 11 pp. (Mimeografiado).

ANEXO 1. Cálculo del Índice Cíclico y Tendencia a los precios de la pa-
nela en el mercado de Bucaramanga (1967-1974).

Año (t_i)	Precio (y_i)	$t_i y_i$	$(t_i)^2$	y'	I. C.
1	114.84	114.84	1	127.86	48
2	178.89	357.78	4	160.24	74
3	232.92	698.76	9	192.62	97
4	237.87	951.48	16	225.00	99
5	202.52	1016.60	25	257.38	84
6	215.57	1293.42	36	287.76	89
7	361.25	2531.55	49	322.14	150
8	385.30	3082.40	64	354.52	160
36	1929.54	10042.83	204	1929.54	
\bar{x} 4.5	241.19			239.91	

$$\text{Tendencia} = y' = a + bx$$

$$\text{Índice Cíclico} = \frac{y_i}{y'} \cdot 100$$

$$a = \frac{\sum y_i}{n} = \frac{1929.54}{8} = 241.19$$

$$b = \frac{\sum t_i y_i - \bar{t} \bar{y}}{\sum (t_i)^2 - n(\bar{t})^2} = 32.38$$

$$x = (t - \bar{t})$$

$$y' = 241.19 + 32.38 (t - \bar{t})$$

ANEXO 2. Índice de precios al productor y consumidor en el mercado de Bucaramanga. (Enero-Septiembre de 1974).

MES	PRODUCTOR		CONSUMIDOR	
	Precio/kg	Indice	Precio/kg.	Indice
Enero	4.91	100.0	6.68	100.0
Febrero	4.49	91.31	6.50	98.8
Marzo	4.18	85.08	5.86	102.3
Abril	3.99	81.28	5.69	99.8
Mayo	3.86	68.50	5.24	99.1
Junio	3.39	68.98	5.11	96.7
Julio	3.14	64.03	4.95	100.9
Agosto	3.24	65.88	4.82	98.6
Septiembre	3.30	67.27	4.80	94.8

ANEXO 3. Índice estacional de los precios de la panela en el mercado de Bucaramanga (1967-1974).

AÑO	Enero	Febr.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
1967	143.48	117.94	124.38	113.94	95.92	105.92	95.50	121.13	108.14	113.92	114.36	123.48
1968	121.53	119.52	127.63	145.90	167.88	176.75	202.54	190.95	194.54	222.71	238.34	238.44
1969	240.37	230.26	222.57	230.07	230.86	225.47	223.50	232.47	235.01	238.25	242.75	243.50
1970	244.47	241.34	213.80	244.21	264.21	238.65	214.82	226.19	226.98	241.82	252.81	245.22
1971	249.25	236.72	230.92	213.61	240.61	186.04	173.53	174.87	176.98	181.03	189.33	177.44
1972	175.67	173.37	170.53	180.00	193.50	221.17	219.34	216.95	253.88	245.90	254.97	281.64
1973	282.77	270.10	261.58	306.07	313.79	307.57	318.27	371.29	420.87	431.48	560.08	495.95
1974	491.84	449.12	418.48	399.80	336.95	339.28	314.97	324.05	330.89	345.18	435.72	438.23
\bar{X}	243.66	229.79	221.23	229.20	230.46	225.10	220.31	232.23	243.41	252.53	286.04	255.49
I.E.	101	95	91	95	95	93	91	96	101	104	118	105

