



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

1

Bionegocio: Exportación Sostenible de Bebidas Energizantes Naturales a Base de Panela

Daniela Alexandra Cardona Garzón

Facultad de Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomás

Especialización en Gerencia de Negocios Internacionales

05 de marzo de 2025

Introducción

El objetivo del presente artículo es explorar la oportunidad que representaría la creación de un bio negocio por medio del aprovechamiento de los recursos naturales de Colombia mediante la exportación de un producto elaborado de materia prima local como lo es la panela. Producto que no solo destaca en los hogares colombianos por su sabor y autenticidad, sino también por los beneficios para la salud que este ofrece, transformándola así, en una bebida energizante como una alternativa saludable y libre de contraindicaciones frente a las bebidas energizantes convencionales.

A través de este bio negocio, se pretende mostrar la creciente demanda internacional de bebidas energizantes que, además de cumplir con altos estándares de calidad, respondan a las nuevas preferencias de los consumidores por productos sostenibles y responsables con el medio ambiente. Este artículo, no solo busca explorar nuevas oportunidades comerciales en el ámbito internacional, sino también destacar el potencial de Colombia para posicionarse como referente en la producción de bebidas saludables y naturales, aprovechando la riqueza de su biodiversidad y el potencial de sus materias primas.

En esencia, esta propuesta contribuye al desarrollo de una industria exportadora más verde y sostenible, y fomenta una conexión directa entre la riqueza natural de los campesinos colombianos y las tendencias de consumo global hacia estilos de vida más sanos y conscientes.

Exportación Sostenible de Bebidas Energizantes Naturales a Base de Panela

La creciente demanda global, especialmente entre las nuevas generaciones jóvenes y conscientes, por consumir productos naturales y saludables, ha generado la necesidad de explorar nuevas oportunidades de exportación. Colombia, reconocido como el segundo mayor productor

de panela en el mundo, según estudios del Ministerio de Agricultura, aún no se destaca en la exportación ni en la comercialización de productos derivados de este recurso. (Sánchez, 2021) Esto abre una oportunidad única para desarrollar y exportar productos finales elaborados a base de panela, aprovechando el valor agregado que esta tiene en los mercados internacionales.

La panela en Colombia y sus principales usos

La panela, obtenida de la caña de azúcar, tiene su origen en América Latina durante la época de la conquista española. Este producto, elaborado principalmente por campesinos, es rico en minerales como hierro, calcio y magnesio, así como en vitaminas y antioxidantes. Además, posee propiedades hidratantes. En muchos países, especialmente en América Latina y algunas regiones de Asia y Europa, la panela se considera una alternativa natural al azúcar refinado. En Colombia, su cultivo se lleva a cabo en zonas cálidas, que van desde el nivel del mar hasta los 2,000 metros de altitud, en un clima tropical sin estaciones bien definida.

En cuanto a su uso, la panela es un ingrediente versátil. Uno de los usos más tradicionales es en la preparación del agua de panela. Esta bebida se obtiene disolviendo la panela en agua caliente o fría, y se puede añadir limón para preparar la famosa "limonada de panela" o incluso aguardiente para hacer el cóctel conocido como "canelazo". Además, la panela es fundamental en muchas recetas tradicionales, como la mazamorra, natilla, postre de tres leches con panela, arequipe (dulce de leche) con panela, mermeladas, o en su forma en polvo para endulzar bebidas. En la gastronomía colombiana, chefs utilizan la panela para crear salsas acompañadas de carnes, especialmente cerdo, creando platos agridulces y sabrosos.

Con más de 500 años de historia en Latinoamérica, la panela ha evolucionado de ser un alimento de consumo popular a un ingrediente destacado en la alta cocina, al igual que el café,

que también es considerado un símbolo cultural. Su valor nutritivo, sus propiedades cicatrizantes y su aporte energético han aumentado su apreciación en la sociedad. En su honor, cada año se celebra el Reinado Nacional de la Panela en Villeta, Cundinamarca, donde se elige la reina de este emblemático producto (Vega, 2022).

En conclusión, la panela ha transitado un largo camino desde sus humildes orígenes hasta convertirse en un símbolo de identidad y tradición en Colombia, reflejando su cambio de estatus en la gastronomía local y en el mercado global.

El Rol de Colombia en el Mercado Global de Panela

Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (Sánchez, 2021), Colombia es el segundo mayor productor de panela a nivel mundial, con una participación del 16% en el mercado, ubicándose después de India. Esta industria es clave para la economía del país, ya que genera aproximadamente 287.000 empleos y representa \$45 millones en jornales, beneficiando a más de 350.000 familias.

La producción panelera se extiende por 16 municipios de Colombia. De acuerdo con la Federación Nacional de Productores de Panela (Fedepanela, 2023), el 99% de la panela producida se destina al consumo interno, pues es un producto tradicional y parte fundamental de la canasta básica. Sin embargo, el 1% restante se exporta, con Estados Unidos como principal destino. Desde 2018, países europeos como España han mostrado un creciente interés en la panela colombiana, valorando su sabor y aroma.

Colombia se encuentra entre los cinco países que concentran el 90% de la producción mundial de panela. Con una producción anual de 1,2 millones de toneladas, el país ocupa el segundo lugar en el ranking global. India lidera con un 66% del total, produciendo 7,5 millones

de toneladas de las 11,3 millones consumidas en el mundo. Pakistán se ubica en tercer lugar con 0,7 millones de toneladas, seguido por China con 0,5 millones y Brasil con 0,38 millones de toneladas anuales.

La industria panelera colombiana, además de su importancia en el mercado nacional, comienza a ganar reconocimiento internacional, lo que abre nuevas oportunidades para su expansión y diversificación.

Principales países exportadores de panela

A pesar de ser uno de los mayores productores de panela en el mundo, Colombia aún tiene un bajo nivel de exportación. Según el Observatorio de Complejidad Económica (OEC, 2022), en 2022 los principales exportadores fueron Brasil (\$726 millones), Eswatini (\$177 millones), República Dominicana (\$131 millones), Emiratos Árabes Unidos (\$76,5 millones) e India (\$39,8 millones), mientras que Colombia apenas alcanzó los \$16,5 millones.

El comercio internacional de panela muestra una demanda creciente en diversos mercados, lo que representa una oportunidad para Colombia. Brasil lidera las exportaciones con destinos como Uzbekistán, Emiratos Árabes Unidos y Egipto. Eswatini depende de Sudáfrica, mientras que República Dominicana se enfoca en Estados Unidos. Emiratos Árabes Unidos distribuye su producto en Irán y Pakistán, e India lo exporta principalmente a Emiratos Árabes Unidos, Etiopía y Somalia. En este contexto, Colombia enfrenta el reto de ampliar su presencia en el mercado global. Aunque tiene compradores clave como Estados Unidos y España, su volumen de exportación sigue siendo bajo en comparación con otros países líderes.

Para mejorar su competitividad, Colombia debe diversificar sus destinos comerciales y explorar nuevas oportunidades, como la producción de bebidas energizantes a base de panela.

Este enfoque podría fortalecer su posición en el mercado de productos naturales y sostenibles.

Actualmente, además de Estados Unidos y España, Colombia exporta panela a Bahamas, Chile, Italia, Francia, Canadá, Corea del Sur y Australia, aunque en porcentajes menores al 5%.

Según, la Federación Nacional de productores de Panela (Fedepanela, 2022), en 2022 el 39% del total exportado se concentró en Estados Unidos y España, con solo 30 toneladas de diferencia entre ambos. Mientras que el volumen exportado en España aumentó un 3%, su valor disminuyó en la misma proporción. En Estados Unidos, las exportaciones cayeron un 11% en volumen y un 4% en valor. Países Bajos y el Reino Unido registraron descensos del 53% y 61%, respectivamente. En contraste, se registraron nuevos envíos a Suiza y Ecuador, mientras que mercados como República Checa dejaron de recibir panela colombiana en 2022.

Potencial del mercado de bebidas energéticas

Una de las estrategias más prometedoras para impulsar la exportación de panela es su uso en bebidas energéticas. Según una encuesta de Statista (Roa, 2022), Nigeria es el país con mayor consumo de estos productos (48% de los encuestados), seguido de India (40%). En América Latina, Perú y Chile destacan con un 27% de consumo regular, mientras que, en Europa, Italia (17%), Reino Unido (22%) y Austria (25%) tienen mercados relevantes. En contraste, Francia y Portugal presentan los niveles más bajos con 13% y 8%, respectivamente.

Según el Observatorio de Complejidad Económica (OEC, 2022), Nigeria y China importaron panela de un solo proveedor en 2022: Nigeria desde Brasil y China desde India. Esto sugiere una oportunidad estratégica para Colombia de ingresar a estos mercados.

Para identificar el mercado más adecuado, se realizó un análisis demográfico basado en datos de World Population Review (2024). Se determinó que el segmento clave está compuesto

por personas entre 18 y 40 años, como deportistas, estudiantes y jóvenes profesionales, quienes buscan productos energéticos naturales.

En Nigeria, con una población de 234,2 millones en 2024, se proyecta un crecimiento significativo, lo que refuerza su potencial como mercado. Sin embargo, la inflación del 34,19% y el bajo poder adquisitivo pueden limitar el consumo de productos premium.

Por otro lado, China, con 1.418 millones de habitantes, mantiene una clase media en expansión y una creciente preferencia por productos naturales. A pesar de la fuerte competencia en el sector de bebidas energéticas, la panela colombiana podría destacarse como una alternativa saludable y diferenciada.

El análisis económico muestra que China ocupa el puesto 74 en el ranking mundial de PIB per cápita, lo que indica un nivel de vida relativamente bajo. Sin embargo, su crecimiento económico sostenido y la demanda creciente de productos premium representan una oportunidad para la introducción de bebidas energéticas a base de panela. En este contexto, Nigeria ofrece un mercado con gran potencial debido a su población joven y en crecimiento, así como a un creciente interés por productos naturales y saludables. Sin embargo, enfrenta restricciones económicas, como una alta inflación y un poder adquisitivo limitado, lo que puede dificultar el acceso masivo a productos premium.

Por otro lado, China presenta un entorno más favorable gracias a su sólida economía, una clase media en expansión y un mercado con alta demanda de productos naturales y saludables. No obstante, la competencia en este país es feroz, lo que exige una diferenciación clara y estrategias innovadoras para destacarse entre las numerosas opciones disponibles.

Conclusión

En un contexto global donde el consumo responsable y saludable está ganando terreno, China emerge como un mercado clave para una bebida energizante a base de panela. La pandemia de COVID-19 ha acelerado el interés por productos con beneficios nutricionales, ofreciendo una ventaja competitiva significativa para aquellos que apuestan por alternativas más naturales y sostenibles.

La panela, un ingrediente de origen colombiano, presenta una serie de beneficios que la hacen ideal para una bebida energizante. Como fuente natural de energía, sus carbohidratos complejos proporcionan una liberación prolongada, evitando los picos de azúcar comunes en otros energizantes. Además, su riqueza en vitaminas del complejo B, minerales esenciales como el hierro, magnesio y calcio, y su capacidad antioxidante, la convierten en un aliado para la salud, favoreciendo la circulación sanguínea, la digestión, y el sistema inmunológico. También ofrece propiedades antiinflamatorias que ayudan a reducir la inflamación muscular, mientras que su impacto positivo en la serotonina y dopamina promueve el bienestar emocional.

La diferenciación de esta bebida energética frente a sus competidores radica en su compromiso con la salud y la sostenibilidad. A diferencia de otros productos, esta bebida no contiene cafeína artificial, taurina ni azúcar refinada, y está compuesta por ingredientes 100% naturales. Además, apoya a más de 350,000 familias colombianas productoras de panela, promoviendo prácticas agrícolas responsables. Su autenticidad cultural y su sabor natural la distinguen claramente de los energizantes tradicionales con aditivos sintéticos.

En un mercado como el chino, donde la preferencia por productos saludables y sostenibles continúa en aumento, una bebida energizante basada en panela colombiana tiene el potencial de

no solo satisfacer la demanda de energía, sino hacerlo de manera ética y responsable. Esta propuesta, al posicionarse como un producto natural, nutritivo y respetuoso con el medio ambiente, no solo responde a una tendencia creciente, sino que también ofrece una ventaja competitiva sólida en un mercado cada vez más consciente de la salud y la sostenibilidad.

Bibliografía

Datos Macro. (Enero de 2025). *China: Economía y demografía*. Obtenido de

<https://datosmacro.expansion.com/paises/china>

Datos Macro. (Enero de 2025). *Nigeria - Índice de precios de consumo - IPC*. Obtenido de

<https://datosmacro.expansion.com/ipc->

[paises/nigeria#:~:text=El%20IPC%20aumenta%20hasta%20el,es%20del%2034%2C8%2](https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/nigeria#:~:text=El%20IPC%20aumenta%20hasta%20el,es%20del%2034%2C8%2)

[5.](#)

Fedepanela. (Marzo de 2022). *Informe de inteligencia de mercados*. Obtenido de

[https://fedepanela.org.co/gremio/wp-content/uploads/2023/04/Informe-Inteligencia-de-](https://fedepanela.org.co/gremio/wp-content/uploads/2023/04/Informe-Inteligencia-de-mercados-2022.pdf)

[mercados-2022.pdf](https://fedepanela.org.co/gremio/wp-content/uploads/2023/04/Informe-Inteligencia-de-mercados-2022.pdf)

Fedepanela. (Julio de 2023). *oportunidades del sector panelero en Colombia*. Obtenido de

[https://fedepanela.org.co/gremio/wp-content/uploads/2023/07/guia-sobre-oportunidades-](https://fedepanela.org.co/gremio/wp-content/uploads/2023/07/guia-sobre-oportunidades-del-sector-panelero.pdf)

[del-sector-panelero.pdf](https://fedepanela.org.co/gremio/wp-content/uploads/2023/07/guia-sobre-oportunidades-del-sector-panelero.pdf)

OECD. (2022). *Observatorio de Complejidad Económica*. Obtenido de

[https://oec.world/en/profile/hs/sugars-cane-sugar-raw-in-solid-form-as-specified-in-](https://oec.world/en/profile/hs/sugars-cane-sugar-raw-in-solid-form-as-specified-in-subheading-note-2-to-this-chapter-not-containing-added-flavouring-or-colouring-matter?yearSelector1=2022)

[subheading-note-2-to-this-chapter-not-containing-added-flavouring-or-colouring-](https://oec.world/en/profile/hs/sugars-cane-sugar-raw-in-solid-form-as-specified-in-subheading-note-2-to-this-chapter-not-containing-added-flavouring-or-colouring-matter?yearSelector1=2022)

[matter?yearSelector1=2022](https://oec.world/en/profile/hs/sugars-cane-sugar-raw-in-solid-form-as-specified-in-subheading-note-2-to-this-chapter-not-containing-added-flavouring-or-colouring-matter?yearSelector1=2022)

Roa, M. M. (26 de Octubre de 2022). *Statista*. Obtenido de

[https://es.statista.com/grafico/28555/porcentaje-de-encuestados-que-consumen-bebidas-](https://es.statista.com/grafico/28555/porcentaje-de-encuestados-que-consumen-bebidas-energeticas-regularmente/)

[energeticas-regularmente/](https://es.statista.com/grafico/28555/porcentaje-de-encuestados-que-consumen-bebidas-energeticas-regularmente/)

Sánchez, A. M. (07 de Mayo de 2021). *Agronegocios*. Obtenido de

<https://www.agronegocios.co/agricultura/colombia-es-el-segundo-mayor-productor-de-panela-a-nivel-mundial-con-16-del-mercado-3165753>

Vega, C. H. (23 de Marzo de 2022). *El Cafe Latino*. Obtenido de

<https://elcafelatino.org/es/la-panela-alimento-natural/>

World Population Review. (19 de 11 de 2024). *China Population 2024 (Live)*. Obtenido de

<https://worldpopulationreview.com/countries/china>

World Population Review. (19 de 11 de 2024). *Nigeria Population 2024 (Live)*. Obtenido de

<https://worldpopulationreview.com/countries/nigeria>