



INFORME DE GESTIÓN

VIGENCIA 2019



TABLA DE CONTENIDO

1. MARCO LEGAL	7
2. CONTRATO DE ADMINISTRACIÓN – FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA..	8
3. TRASLADO DE RECURSOS POR PARTE DE ASOHOFRUCOL	9
4. ENTORNO ECONÓMICO.....	10
4.1 CONTEXTO INTERNACIONAL.....	10
4.1.1. PRODUCCIÓN DE PAPA EN EL MUNDO	10
4.1.2. MERCADO INTERNACIONAL	11
4.2 LA PAPA EN COLOMBIA	14
4.2.1. ÁREA SEMBRADA Y PRODUCCIÓN	14
4.2.2. PRECIOS.....	18
4.2.3. COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	24
4.2.4 COMERCIO EXTERIOR.....	24
4.2.5. IMPORTACIONES	25
4.2.5 EXPORTACIONES.....	29
5. RECAUDO CUOTA DE FOMENTO	34
5.1. PROYECCIÓN META DE RECAUDO 2019	34
5.2. GESTIÓN REALIZADA.....	38
5.2.1. COMPORTAMIENTO DEL RECAUDO POR ZONAS.....	38
5.2.2. COMPORTAMIENTO DEL RECAUDO POR CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	43
5.3. ESTRATEGIAS DE RECAUDO	48
5.3.1. SEGUIMIENTO A RECAUDADORES	48
5.3.2. COBERTURA GEOGRÁFICA	50

5.3.3.	IDENTIFICACIÓN NUEVOS RECAUDADORES	53
5.3.4.	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	53
5.3.5.	MANTENIMIENTO A RECAUDADORES ACTIVOS	53
5.3.6.	SEGUIMIENTO A PAGOS EXTEMPORÁNEOS.....	54
5.3.7.	SEGUIMIENTO A RECAUDADORES RENUENTES Y/O MOROSOS.....	55
5.4.	ACCIONES PARA EL CONTROL DEL RECAUDO.....	57
5.4.1.	VISITAS.....	57
5.4.2.	IMPLEMENTACIÓN DE APLICATIVO WEB.....	58
5.4.3.	SEGUIMIENTO ASESORES DE RECAUDO	58
6.	INFORME PRESUPUESTAL Y FINANCIERO	59
7.	INFORME DE TESORERÍA.....	60
8.	INFORME PROGRAMAS Y PROYECTOS.....	62
8.1.	PROGRAMA: RECAUDO.....	63
8.1.1.	PROYECTO: SISTEMATIZACIÓN, CONTROL A LA EVASIÓN Y ELUSIÓN DE LA CUOTA DE FOMENTO DE LA PAPA.....	63
8.2.	PROGRAMA: ESTUDIOS ECONÓMICOS	81
8.2.1.	PROYECTO: SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y ESTUDIOS ECONÓMICOS DE LA CADENA AGROALIMENTARIA DE LA PAPA	81
8.3.	PROGRAMA: INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA.....	96
8.3.1.	PROYECTO: IMPLEMENTACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA EN EL SECTOR PRODUCTIVO PAPA “ITPA”	96
8.4.	PROGRAMA: COMERCIALIZACIÓN.....	125
8.4.1.	PROYECTO: PROMOCIÓN AL CONSUMO DE PAPA	125
8.4.2.	PROYECTO: PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN A TRAVÉS DE AGROEXPO.....	165
9.	SISTEMAS - CUMPLIMIENTO NORMAS DERECHO DE AUTOR	171
10.	CONTRATACIONES Y SEGUROS.....	172

11. ACTIVOS	176
12. ELECCIÓN Y REUNIONES JUNTA DIRECTIVA.....	177
13. ENTIDADES DE CONTROL.....	180
14. PLAN DE MEJORAMIENTO.....	182
15. ESTADOS FINANCIEROS	186



INFORME DE GESTIÓN VIGENCIA 2019

1. MARCO LEGAL

El Fondo Nacional de Fomento de la Papa - FNFP fue creado mediante la Ley 1707 de 2014, reglamentada por el Decreto 2263 de 2014 y Decreto 013 de 2016. Así mismo, la Resolución 037 del 11 de febrero de 2015 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, *“por la cual se reglamentan los procedimientos y requisitos para la elección de los delegados de las organizaciones de productores de papa del nivel nacional y regional a la Junta Directiva del Fondo Nacional de Fomento de la Papa”*.

Lo anterior en el marco de la Ley 101 de 1993 – Ley General de Desarrollo Agropecuario y su Decreto Reglamentario 2025 de 1996 por el cual se reglamenta parcialmente el Capítulo V de la Ley 101 de 1993.

2. CONTRATO DE ADMINISTRACIÓN – FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA

Teniendo en cuenta la Ley 1707 de 2014 reglamentada por el Decreto 2263 de 2014 y Decreto 013 de 2016, por el cual, se crea El Fondo Nacional de Fomento de la Papa, la Federación Colombiana de Productores de Papa – **FEDEPAPA** y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural suscriben el 02 de enero de 2015 el contrato de administración No. 2015-0001 y mediante otro sí No 1 el cual se prorroga hasta el 31 de diciembre de 2020, con el objeto de *“La administración, recaudo, manejo e inversión de la cuota parafiscal del Fondo Nacional de Fomento de la Papa por parte de la FEDERACIÓN COLOMBIANA DE PRODUCTORES DE PAPA-FEDEPAPA.*

El administrador constituyó las pólizas de garantía establecidas en la cláusula décima tercera del contrato en mención, con Seguros del Estado de fecha de emisión y vigencia a partir del 2 de enero de 2015 y ajustadas con el recaudo del cierre de la vigencia 2019.

3. TRASLADO DE RECURSOS POR PARTE DE ASOHOFRUCOL

En cumplimiento de la Ley 1707 de 2014, respecto del traslado de los recursos de papa disponibles y no comprometidos hasta el 31 de diciembre de 2013, y conforme el concepto jurídico emitido por la Oficina Asesora Jurídica del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural en sesión del 2 de abril de 2019 de la Junta Directiva del FNFP, el 28 de agosto de 2019, ASOHOFRUCOL realizó pago por un valor de \$1.737.988.551 finalizando de esta manera el proceso legal adelantado para tal fin.

El proceso de traslado será certificado por las dos firmas auditoras de los dos fondos parafiscales en la vigencia 2020.

4. ENTORNO ECONÓMICO

4.1 CONTEXTO INTERNACIONAL

4.1.1. PRODUCCIÓN DE PAPA EN EL MUNDO

La producción de papa se da en más de 150 países del mundo. En los años recientes, la producción total mundial ha estado entre los 368 millones de toneladas¹ (ton) anuales, siendo el tercer cultivo más consumido² a nivel mundial, después del arroz y el trigo. El área cosechada de cultivo de papa a nivel mundial es aproximadamente de 17 millones de hectáreas (ha) anuales. Además, alrededor del mundo aproximadamente 1,4 mil millones de personas consumen este alimento básico.

Las papas frescas constituyen alrededor del 50% de la papa consumida a nivel mundial, mientras que gran cantidad de papa se utiliza en las industrias para su procesamiento en: harina (sémola), gránulos (pellets), precocida congelada, precocida sin congelar, fécula y cocidas en agua o al vapor. Además, la papa en fresco también se utiliza como alimento del ganado o para uso de semillas.

En países desarrollados se viene trabajando en la propagación de suministros de semilla certificada o de alta calidad. Esto se debe a que la mayoría de agricultores siembran semillas de papa según sus propias cosechas, generando que los rendimientos se reduzcan, debido a que este tipo de semilla es más propensa a enfermedades.

¹ FAOSTAT (2018) Producción de papa por países.

² Centro Internacional de la Papa (2017). Hechos y cifras sobre la papa.

IMAGEN 1. INTENSIDAD DE LA PRODUCCIÓN DE PAPA A NIVEL MUNDIAL



Fuente: FAO-USDA-Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos Fedepapa- FNFP.

4.1.2. MERCADO INTERNACIONAL

A nivel general, el mundo de globalización que predomina desde finales del siglo XX se ha visto afectado por las medidas proteccionistas adoptadas por Estados Unidos a las importaciones en los últimos meses, especialmente de productos chinos y de otros países como México, que incluyen productos agrícolas. Estas acciones tienen repercusiones en otros países, puesto que la producción china (gran parte de ella a bajo costo) podría entrar también a países emergentes, afectar la industria de éstos y aumentar el proteccionismo.

Este escenario de comercio internacional involucra también otros mercados (incluso de productos no agrícolas), ya que, por ejemplo, en mayo del 2019, México apenas decidió retirar³ un gravamen a las papas (otros productos) provenientes de Estados Unidos que había establecido en 2018 como respuesta al impuesto del gobierno estadounidense al aluminio mexicano. En este sentido, los países buscan proteger su industria local para no permitir la afectación de los sectores importantes de cada economía.

³ FNFP. Boletín Econopapa Quincenal No. 76. "A pesar de la guerra comercial, las exportaciones de Estados Unidos aumentan".

En el marco del mercado de papa internacional, los países que más importan papa son Bélgica, Países Bajos, Estados Unidos, Alemania, Francia y España. Estos dos primeros compran, en su gran mayoría, papa fresca, que usan como insumo para producir papas procesadas, aprovechando su industria para ofrecer sus productos al mundo, razón por la cual también son los dos países que más exportaciones realizan. Colombia tiene el puesto 43 en importaciones a nivel mundial.

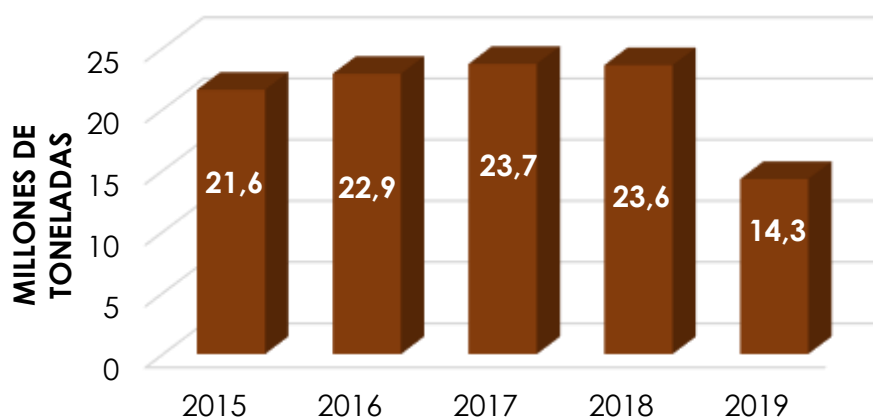
TABLA 1. IMPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA 2015-2019*

PAÍS	RANKING	2015	2016	2017	2018	2019*
Bélgica	1	1.857.621	2.261.611	2.236.258	2.928.670	2.360.303
Países Bajos	2	2.236.622	2.284.577	2.326.078	2.385.732	1.796.250
Estados Unidos	3	1.398.603	1.541.425	1.656.326	1.718.125	1.184.778
Alemania	4	988.760	1.068.885	1.141.066	1.164.406	1.051.586
Francia	5	1.192.200	1.266.342	1.255.846	1.222.461	964.021
España	6	991.032	1.068.010	854.747	1.190.009	875.580
Colombia	43	42.745	47.354	43.849	55.850	30.590
TOTAL MUNDIAL		21.685.389	22.927.161	23.739.204	23.681.924	14.364.999

*Dato corrido a septiembre

Fuente: Trademap - Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos Fedepapa- FNFP

GRÁFICO 1. IMPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA 2015-2019*



*Dato corrido a septiembre

Fuente: Trademap - Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos Fedepapa- FNFP

Los principales países exportadores⁴ son Países Bajos, Bélgica y Alemania, mientras que Colombia se ubica en el puesto 51 en el escalafón mundial. Las 3 subpartidas más exportadas son: la papa fresca, representando el 42% del total, la papa procesada el 41% y la semilla de papa el 7%.

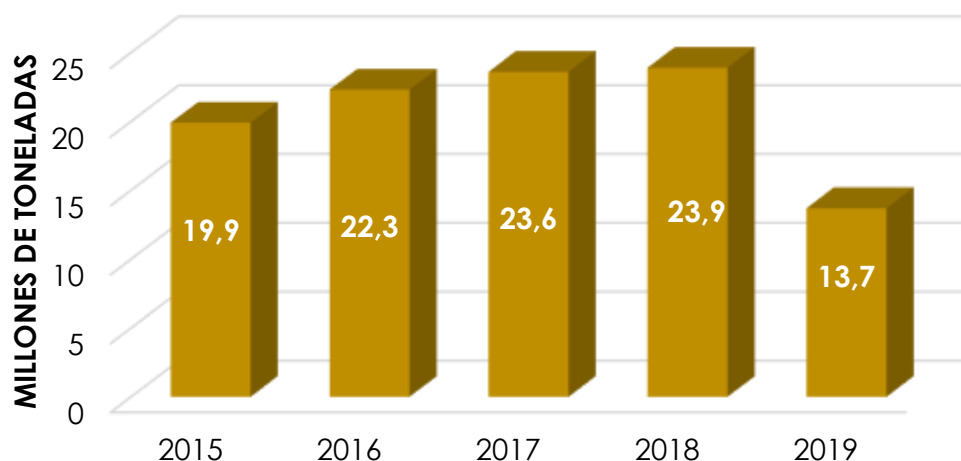
TABLA 2. EXPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA 2015- 2019*

PAÍS	RANKING	2015	2016	2017	2018	2019*
Países Bajos	1	3.967.775	4.400.997	4.211.639	4.295.595	3.184.063
Bélgica	2	3.192.140	3.351.001	3.549.571	3.749.836	2.812.466
Alemania	3	2.600.862	2.599.248	2.837.295	2.753.528	1.933.625
Francia	4	2.347.093	2.230.029	2.412.764	2.734.033	1.922.040
Estados Unidos	5	1.571.743	1.695.049	1.766.966	1.672.990	1.403.699
Canadá	6	136.097	1.589.468	1.641.655	1.675.514	816.328
Colombia	51	943	945	2.059	1.458	941
TOTAL MUNDIAL		19.937.187	22.325.371	23.683.618	23.930.961	13.778.620

*Dato corrido a septiembre

Fuente: Trademap - Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos Fedepapa- FNFP

GRÁFICO 2. EXPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA 2015-2019*



*Dato corrido a septiembre

Fuente: Trademap- Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos Fedepapa- FNFP

⁴ Trademap (2019). Exportaciones enero-septiembre por país y subpartida arancelaria.

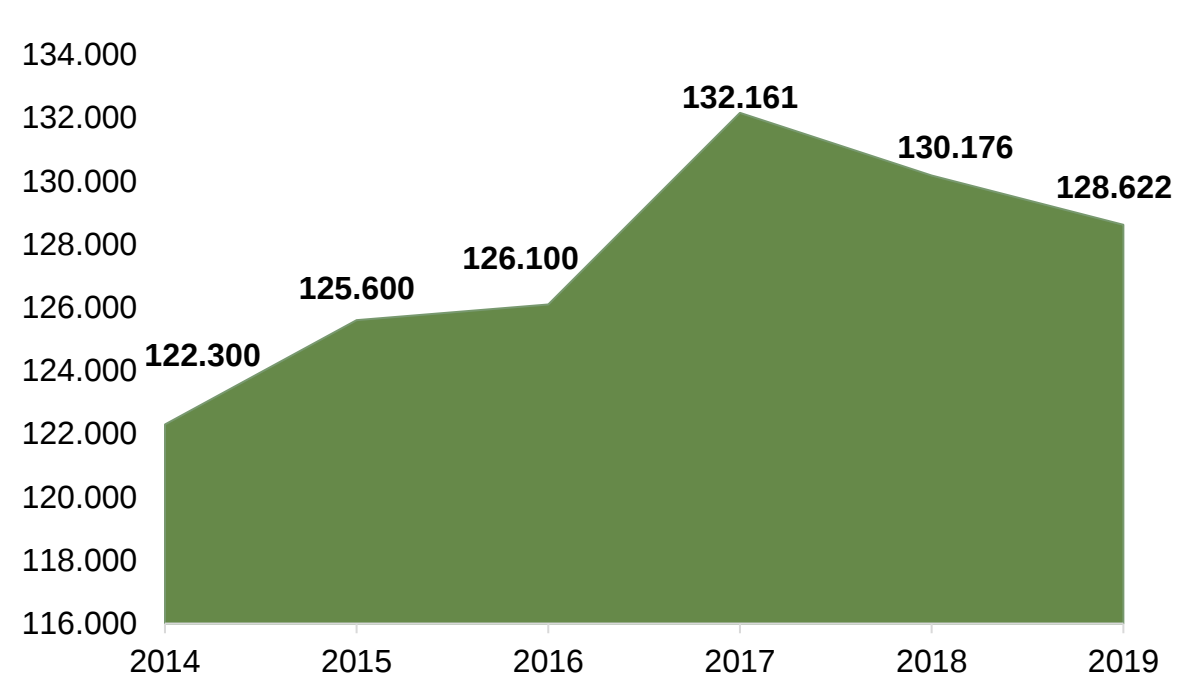
4.2 LA PAPA EN COLOMBIA

4.2.1. ÁREA SEMBRADA Y PRODUCCIÓN

La producción de papa en Colombia se compone de 9 regiones productoras: Cundinamarca, Boyacá, Antioquia, Nariño, Tolima, Cauca, Santander, Norte de Santander y Caldas.

Para el 2019, el área sembrada fue de 128.622 hectáreas, es decir, 1% menos que en el año 2018 a nivel nacional.

GRÁFICO 3. ÁREA SEMBRADA DE PAPA NACIONAL (HECTÁREAS) 2014 – 2019



Fuente: Consejo Nacional de la Papa

Entre las razones de esta disminución se destaca la expectativa que hubo por el supuesto Fenómeno del Niño en los primeros meses del 2019, razón por la cual el área sembrada se vio reducida en este periodo.

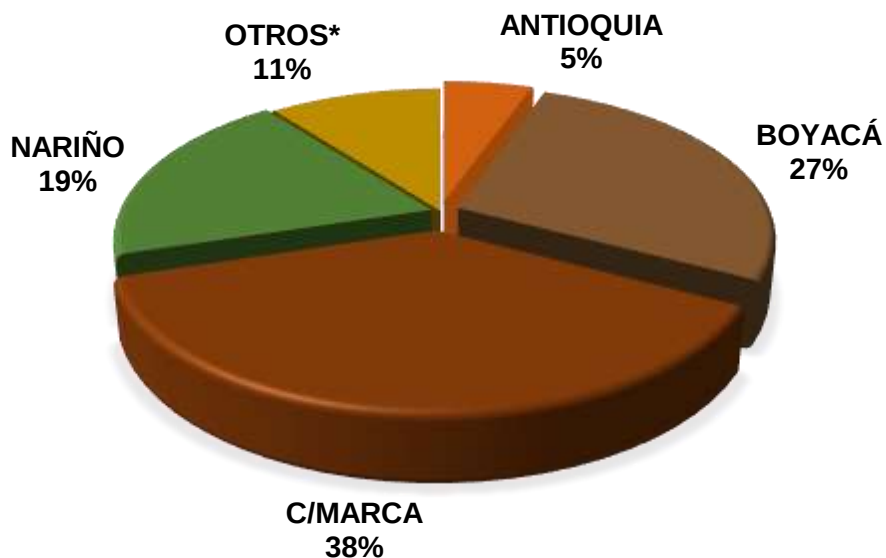
**TABLA 3. ÁREA SEMBRADA⁵ DE PAPA POR DEPARTAMENTO (HECTÁREAS)
2018 -2019**

PERIODO	C/MARCA	BOYACÁ	NARIÑO	ANTIOQUIA	OTROS*	TOTAL
2018	48.289	35.563	25.278	7.165	13.882	130.176
2019	48.215	35.162	24.906	6.940	13.399	128.622
Var. (%)	0%	-1%	-1%	-3%	-3%	-1%

*Otros: Tolima, Cauca, Santander, Norte de Santander, Caldas

Fuente: Consejo Nacional de la Papa

**GRÁFICO 4. PARTICIPACIÓN DEPARTAMENTAL EN EL ÁREA SEMBRADA EN
PAPA 2019**



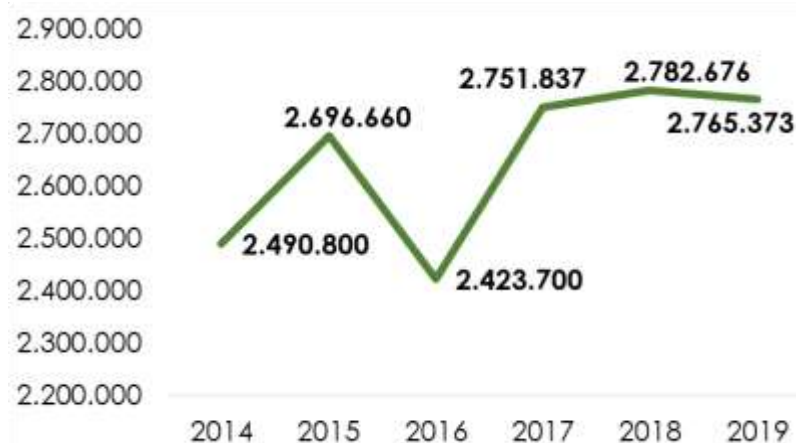
*Otros: Tolima, Cauca, Santander, Norte de Santander, Caldas

Fuente: Consejo Nacional de la Papa

Por su parte, la producción nacional de papa en el 2019 fue de 2.765.343 toneladas, es decir, una reducción del 1% en comparación con el año pasado. Esta disminución se debe a la expectativa sobre la aparición del Fenómeno del Niño en el primer trimestre del 2019, que afectó las cantidades producidas a nivel nacional.

⁵ El Consejo Nacional de la Papa realizó actualización de datos en el segundo semestre del año 2019.

GRÁFICO 5. PRODUCCIÓN DE PAPA (TONELADAS) COMPARATIVO 2014 – 2019



Fuente: Consejo Nacional de la Papa

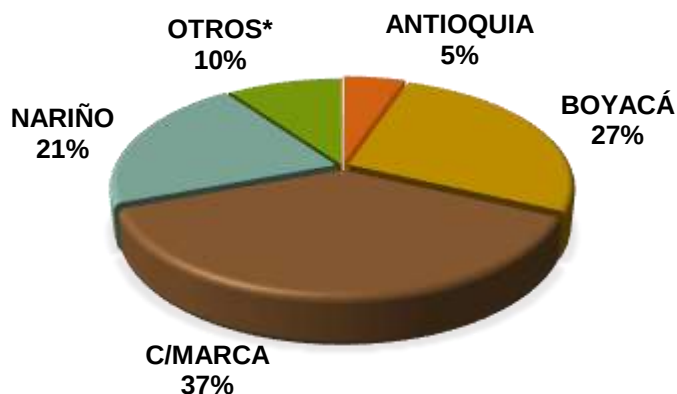
**TABLA 4. PRODUCCIÓN DE PAPA POR DEPARTAMENTO (TONELADAS)
2018 – 2019**

PERIODO	C/MARCA	BOYACÁ	NARIÑO	ANTIOQUIA	OTROS*	TOTAL
2018	1.077.222	671.204	574.550	148.115	311.585	2.782.676
2019	1.028.047	742.255	578.695	143.811	272.564	2.765.373
Var. (%)	-5%	11%	1%	-3%	-13%	-1%

*Otros: Tolima, Cauca, Santander, Norte de Santander, Caldas

Fuente: Consejo Nacional de la Papa

GRÁFICO 6. PRODUCCIÓN DE PAPA POR DEPARTAMENTO (TONELADAS) 2019



*Otros: Tolima, Cauca, Santander, Norte de Santander, Caldas

Fuente: Consejo Nacional de la Papa

En lo que se refiere al área departamental y producción de papa del 2019, Cundinamarca es la región con mayor participación en el subsector papa a nivel nacional, con un total de 48.215 hectáreas sembradas de papa y 1.028.047 toneladas producidas. Boyacá le sigue con 35.162 hectáreas, y 742.255 toneladas. Nariño es el tercer departamento con mayor participación con 24.906 hectáreas y 578.695 toneladas. Antioquia tiene un área sembrada de 6.940 hectáreas y 143.811 toneladas producidas.

Los otros departamentos Cauca, Tolima, Santander, Norte de Santander y Caldas, agrupan 13.399 hectáreas y más de 272.564 toneladas. Además, en el año 2019 los rendimientos fueron de 21,5 ton/ha presentando un aumento del 1% respecto al año 2018.

**TABLA 5. PARTICIPACIÓN DEPARTAMENTAL EN LA PRODUCCIÓN DE PAPA
2018- 2019**

DEPARTAMENTO	ÁREA SEMBRADA (HA)			PRODUCCIÓN (TON)		
	2018	2019	VAR%	2018	2019	VAR%
C/MARCA	48.289	48.215	0%	1.077.222	1.028.047	-5%
BOYACÁ	35.563	35.162	-1%	671.204	742.255	11%
NARIÑO	25.278	24.906	-1%	574.550	578.695	1%
ANTIOQUIA	7.165	6.940	-3%	148.115	143.811	-3%
OTROS*	13.882	13.399	-3%	311.585	272.564	-13%
TOTAL	130.176	128.622	-1%	2.782.676	2.765.373	-1%

*Otros: Tolima, Cauca, Santander, Norte de Santander, Caldas

Fuente: Consejo Nacional de la Papa

4.2.2. PRECIOS

**TABLA 6. PRECIO PROMEDIO POR KG- VARIEDADES DE PAPA
BLANCAS 2018-2019**

VARIEDAD	2018	2019	VAR %
Betina	\$ 461	\$ 524	14%
Diacol Capiro	\$ 678	\$ 819	21%
ICA-Única	\$ 550	\$ 666	21%
Papa Tuquerreña	\$ 1.008	\$ 1.132	12%
Parda Pastusa	\$ 704	\$ 813	15%
Pastusa Suprema	\$ 620	\$ 734	18%
Superior	\$ 655	\$ 764	17%
PROMEDIO	\$ 668	\$ 779	17%

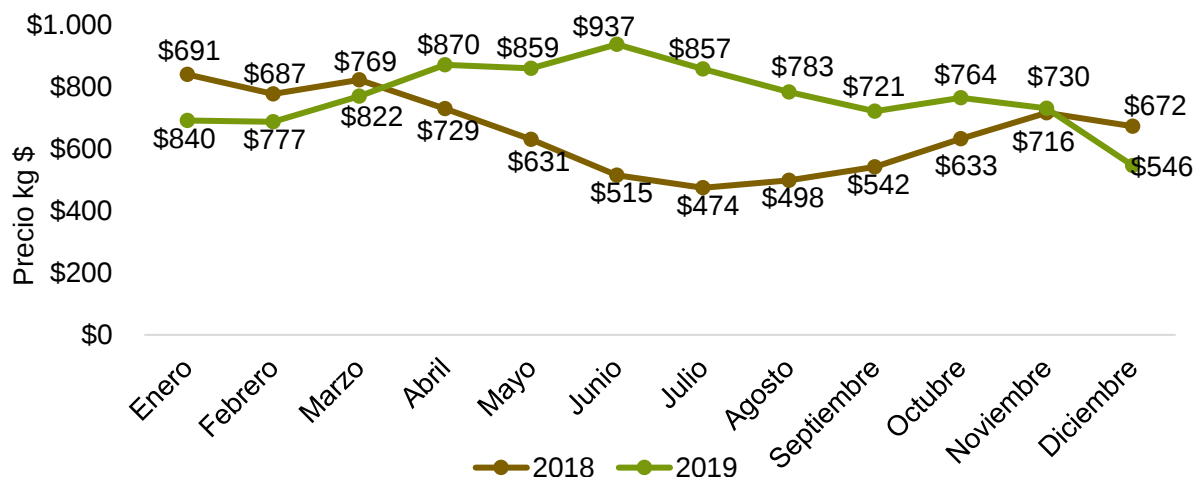
Fuente: SIPSA- Centrales de Abastos- Cálculos y Estimación Sistemas de Información y Estudios Económicos Fedepapa- FNFP

De acuerdo a la estimación realizada por el área de Sistemas de Información y Estudios Económicos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa-FNFP, en el año 2019, el precio promedio de las variedades de papa blancas ha sido 17% más alto en comparación con el año 2018. Estos precios se obtienen con base en los informes de Precios Mayoristas SIPSA del DANE, a través de los cuales se registran los precios de venta al consumidor y luego se obtienen los precios pagados al productor de las principales variedades de las regiones productoras por medio de una transformación del software Stata.

En general, la expectativa de Fenómeno del Niño en los primeros 3 meses del año 2019 causaron una gran disminución en las siembras, razón por la cual los precios de abril, mayo y junio fueron más altos que en el 2018 para las variedades blancas. En el año 2018, las lluvias en los primeros meses del año ayudaron a que las siembras fueran alrededor de enero y febrero, por lo cual septiembre fue el mes con precio mínimo. En el 2019, las grandes siembras se dieron, entre marzo, abril y mayo, por lo cual generó que la cosecha y los precios bajos se diera en los meses de septiembre a diciembre.

GRÁFICO 7. PRECIO MENSUAL POR KILO DE PAPA VARIEDADES BLANCAS*

2018-2019



*Incluye: Betina, Diacol Capiro, Parda Pastusa, Tuquerreña, ICA Única, Pastusa Suprema y Superior

Fuente: SIPSA- Centrales de Abastos- Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP- Fedepapa.

TABLA 7. PRECIO MENSUAL POR KILO DE PAPA VARIEDADES

BLANCAS 2018-2019

VARIEDAD	MES	2018	2019	VAR. (%)
Betina	Enero	\$ 662	\$ 466	-30%
	Febrero	\$ 589	\$ 426	-28%
	Marzo	\$ 564	\$ 539	-5%
	Abril	\$ 452	\$ 617	37%
	Mayo	\$ 403	\$ 584	45%
	Junio	\$ 295	\$ 751	154%
	Julio	\$ 300	\$ 612	104%
	Agosto	\$ 341	\$ 537	57%
	Septiembre	\$ 381	\$ 544	43%
	Octubre	\$ 491	\$ 549	12%
	Noviembre	\$ 557	\$ 427	-23%
	Diciembre	\$ 465	\$ 293	-37%



PROMEDIO BETINA		\$ 461	\$ 524	14%
Diacol Capiro	Enero	\$ 905	\$ 808	-11%
	Febrero	\$ 851	\$ 803	-6%
	Marzo	\$ 864	\$ 745	-14%
	Abril	\$ 778	\$ 790	1%
	Mayo	\$ 630	\$ 808	28%
	Junio	\$ 484	\$ 943	95%
	Julio	\$ 448	\$ 823	84%
	Agosto	\$ 492	\$ 832	69%
	Septiembre	\$ 533	\$ 799	50%
	Octubre	\$ 642	\$ 890	39%
	Noviembre	\$ 750	\$ 901	20%
	Diciembre	\$ 771	\$ 703	-9%
PROMEDIO DIACOL CAPIRO		\$ 678	\$ 819	21%
ICA- Única	Enero	\$ 731	\$ 602	-18%
	Febrero	\$ 681	\$ 606	-11%
	Marzo	\$ 695	\$ 666	-4%
	Abril	\$ 560	\$ 735	31%
	Mayo	\$ 497	\$ 743	49%
	Junio	\$ 410	\$ 849	107%
	Julio	\$ 393	\$ 762	94%
	Agosto	\$ 423	\$ 676	60%
	Septiembre	\$ 454	\$ 631	39%
	Octubre	\$ 546	\$ 650	19%
	Noviembre	\$ 633	\$ 626	-1%
	Diciembre	\$ 587	\$ 429	-27%
PROMEDIO ICA ÚNICA		\$ 550	\$ 666	21%
Tuquerreña	Enero	\$ 955	\$ 958	0%
	Febrero	\$ 898	\$ 982	9%
	Marzo	\$ 1.099	\$ 1.262	15%
	Abril	\$ 1.235	\$ 1.282	4%
	Mayo	\$ 1.173	\$ 1.299	11%
	Junio	\$ 924	\$ 1.375	49%

	Julio	\$ 858	\$ 1.218	42%
	Agosto	\$ 797	\$ 1.190	49%
	Septiembre	\$ 971	\$ 1.040	7%
	Octubre	\$ 1.184	\$ 1.065	-10%
	Noviembre	\$ 1.255	\$ 1.113	-11%
	Diciembre	\$ 961	\$ 839	-13%
PROMEDIO TUQUERREÑA		\$ 1.008	\$ 1.132	12%
Parda Pastusa	Enero	\$ 920	\$ 720	-22%
	Febrero	\$ 832	\$ 723	-13%
	Marzo	\$ 884	\$ 836	-5%
	Abril	\$ 803	\$ 958	19%
	Mayo	\$ 696	\$ 902	30%
	Junio	\$ 562	\$ 979	74%
	Julio	\$ 523	\$ 924	77%
	Agosto	\$ 540	\$ 839	55%
	Septiembre	\$ 576	\$ 738	28%
	Octubre	\$ 658	\$ 793	21%
	Noviembre	\$ 745	\$ 757	2%
	Diciembre	\$ 691	\$ 574	-17%
PROMEDIO PASTUSA		\$ 704	\$ 813	15%
Pastusa Suprema	Enero	\$ 808	\$ 649	-20%
	Febrero	\$ 739	\$ 639	-14%
	Marzo	\$ 783	\$ 729	-7%
	Abril	\$ 695	\$ 814	17%
	Mayo	\$ 614	\$ 837	36%
	Junio	\$ 483	\$ 892	85%
	Julio	\$ 431	\$ 821	90%
	Agosto	\$ 460	\$ 740	61%
	Septiembre	\$ 491	\$ 681	38%
	Octubre	\$ 588	\$ 719	22%
	Noviembre	\$ 669	\$ 696	4%
	Diciembre	\$ 635	\$ 509	-20%

PROMEDIO PASTUSA SUPREMA		\$ 620	\$ 734	18%
Superior	Enero	\$ 823	\$ 679	-17%
	Febrero	\$ 797	\$ 694	-13%
	Marzo	\$ 865	\$ 810	-6%
	Abril	\$ 728	\$ 977	34%
	Mayo	\$ 676	\$ 899	33%
	Junio	\$ 546	\$ 956	75%
	Julio	\$ 488	\$ 887	82%
	Agosto	\$ 505	\$ 760	51%
	Septiembre	\$ 542	\$ 669	23%
	Octubre	\$ 601	\$ 729	21%
	Noviembre	\$ 673	\$ 641	-5%
	Diciembre	\$ 634	\$ 492	-22%
PROMEDIO SUPERIOR		\$ 655	\$ 764	17%

Fuente: SIPSA- Centrales de Abastos- Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP.

Por su parte, la papa criolla ha registrado un incremento considerable en comparación con el 2018. En la criolla sin lavar, la variación anual ha sido del 128%, mientras que la criolla lavada ha aumentado 93% en comparación con el año pasado.

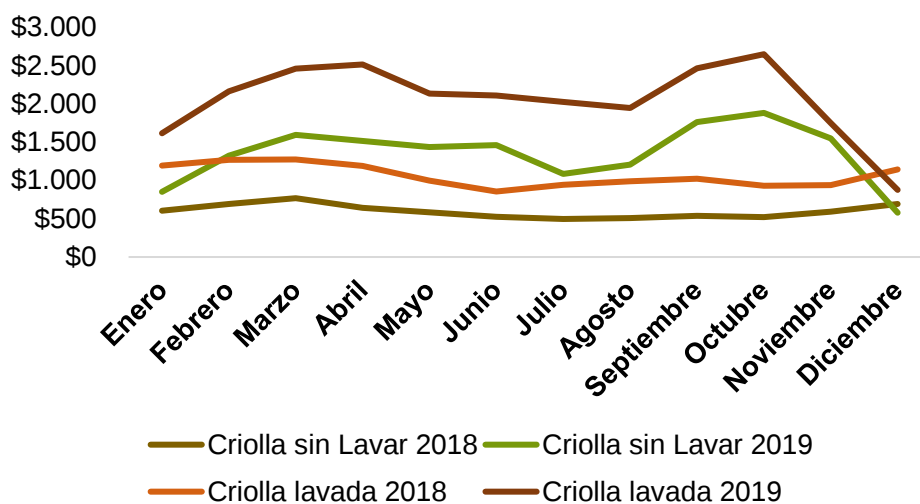
Esto se explica por una reducción considerable en las siembras por parte de los productores ante el bajo precio que presentó esta variedad en el 2018, que condujo a una disminución en la producción para el 2019. Así, el precio promedio de la criolla lavada ha sido de \$1.366, mientras que la criolla lavada ha tenido un precio de \$2.064 en el 2019.

TABLA 8. PRECIO PROMEDIO PAPA CRIOLLA 2018– 2019

MES	CRIOLLA SIN LAVAR		VAR (%)	CRIOLLA LAVADA		VAR (%)
	2018	2019		2018	2019	
Enero	\$ 605	\$ 853	41%	\$ 1.193	\$ 1.615	35%
Febrero	\$ 693	\$ 1.324	91%	\$ 1.270	\$ 2.164	70%
Marzo	\$ 769	\$ 1.597	108%	\$ 1.274	\$ 2.461	93%
Abril	\$ 644	\$ 1.518	136%	\$ 1.190	\$ 2.513	111%
Mayo	\$ 585	\$ 1.437	146%	\$ 998	\$ 2.137	114%
Junio	\$ 526	\$ 1.463	178%	\$ 856	\$ 2.112	147%
Julio	\$ 497	\$ 1.086	119%	\$ 942	\$ 2.028	115%
Agosto	\$ 509	\$ 1.208	137%	\$ 991	\$ 1.947	96%
Septiembre	\$ 540	\$ 1.762	227%	\$ 1.021	\$ 2.467	142%
Octubre	\$ 522	\$ 1.883	261%	\$ 933	\$ 2.650	184%
Noviembre	\$ 593	\$ 1.549	161%	\$ 941	\$ 1.749	86%
Diciembre	\$ 693	\$ 579	-16%	\$ 1.144	\$ 877	-23%
PROMEDIO	\$ 600	\$ 1.366	128%	\$ 1.068	\$ 2.064	93%

Fuente: SIPSA- Centrales de Abastos– Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos
FNFP-Fedepapa

GRÁFICO 8. PRECIO PROMEDIO MENSUAL PAPA CRIOLLA 2018- 2019



Fuente: SIPSA- Centrales de Abastos– Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos
FNFP-Fedepapa

4.2.3. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los datos de costos de producción del año 2018 que dispone Fedepapa-FNFP se obtuvieron mediante los extensionistas del proyecto ITPA del FNFP. Estos costos fueron analizados en el 2019, dada la recolección de éstos hasta finales del 2018. Con estos insumos se realizaron 7 boletines regionales explicando los costos de producción en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia, Santander Tolima y nacional. Adicionalmente, se realizó una cartilla informativa sobre los costos de producción, con el fin de divulgar y entregar de manera oportuna cada una de ellas.

4.2.4 COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial nacional de papa continúa registrando déficit. Para lo corrido del 2019 (enero a octubre), este valor se situó en -45.222 toneladas. En el periodo enero-octubre 2019, se registraron 1.393 toneladas de papa exportada, mientras que las importaciones alcanzaron las 46.615 toneladas. Desde el 2009, Colombia no registra una balanza comercial positiva de papa.

TABLA 9. BALANZA COMERCIAL DE PAPA 2014-2019
PERIODO ENERO-OCTUBRE

CATEGORÍA	2014	2015	2016	2017	2018	2019
IMPORTACIONES	25.070	35.471	38.793	36.992	47.060	46.615
EXPORTACIONES	784	787	1.041	1.779	1.182	1.393
BALANZA COMERCIAL	-24.286	-34.684	-37.753	-35.213	-45.878	-45.222

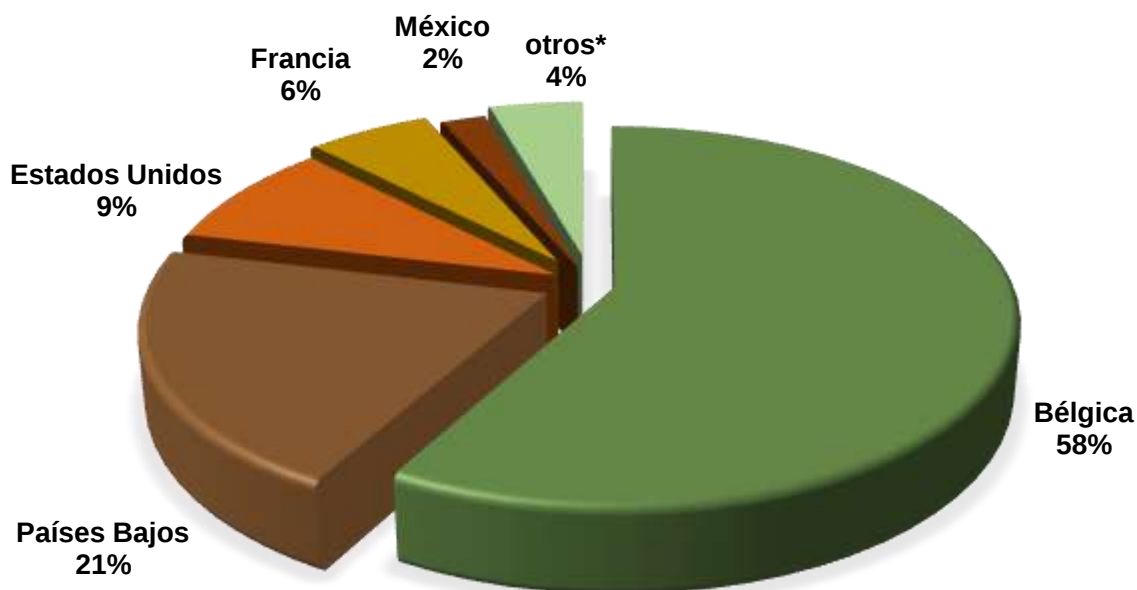
Fuente: DANE – DIAN- Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP-Fedepapa - Consejo Nacional de la Papa

Los datos de los años 2014 al 2019, se encuentran corridos en el periodo de tiempo de enero a octubre.

4.2.5. IMPORTACIONES

En el 2019 (de enero a octubre) se han importado un total de 46.615 toneladas de papa, es decir, 1% más que en el mismo periodo del año anterior. Los principales países de origen de la papa importada han sido: Bélgica, con 58% de participación, Países Bajos con 21%, Estados Unidos (9%), Francia (6%) y México (2%).

**GRÁFICO 9. IMPORTACIONES DE PAPA POR PAÍS DE ORIGEN 2019
PERIODO ENERO-OCTUBRE**



***Otros:** Alemania, Polonia, Canadá, Brasil, Dinamarca, Argentina, Austria, España, República Checa, Líbano y Malasia.

Fuente: DANE – DIAN- Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP-Fedepapa - Consejo Nacional de la Papa

Los datos del año 2019, se encuentran corridos en el periodo de tiempo de enero a octubre.

TABLA 10. IMPORTACIONES DE PAPA POR PAÍS DE ORIGEN 2016– 2019

PERIODO ENERO-OCTUBRE

PAÍS	2016	2017	2018	2019	VAR. (%) 2018/2019	PROMEDIO
Alemania	2.466	1.701	1.471	707	-52%	1.586
Argentina	819	137	1.276	57	-96%	572
Austria	42	263	158	55	-65%	129
Bélgica	19.936	19.765	27.059	27.077	0%	23.459
Brasil	0,4	0,4	-	84	-	28
Canadá	2.255	2.166	1.199	368	-69%	1.497
Chile	-	11	3	-	-	7
China	16	3	-	-	-	10
Dinamarca	607	295	212	63	-70%	294
España	64	48	24	40	66%	44
Estados Unidos	4.808	3.777	3.840	4.174	9%	4.150
Francia	63	23	1.073	2.718	253.361%	701
Israel	-	-	41	-	-	41
Italia	1	-	-	-	-	1
Japón	-	-	0,48	-	-	0,5
Líbano	0,345	0,4	1,587	9	457%	3
Malasia	3	-	-	11	-	7
México	1.258	1.030	1.271	952	-25%	1.128
Países Bajos	5.910	6.943	9.799	9.613	-2%	8.066
Polonia	483	603	664	657	-1%	602
Reino Unido	-	-	-	0	-	0,2
Republica Checa	-	66	-	23	-	45
Suecia	60	160	40	-	-	87
TOTAL	38.793	36.992	47.060	46.615	-1%	42.365

Fuente: DANE – DIAN- Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP-Fedepapa -

Consejo Nacional de la Papa

Los datos de los años 2016 al 2019, se encuentran corridos en el periodo de tiempo de enero a octubre.

TABLA 11. IMPORTACIONES DE PAPA Y VALOR CIF 2016– 2019
PERIODO ENERO-OCTUBRE

AÑO	Volumen (TON)	Valor (Miles US \$/CIF)
2016	38.793	35.071
2017	36.992	34.731
2018	47.060	41.422
2019	46.615	44.571
PROMEDIO AÑO CORRIDO A OCTUBRE	42.365	38.949

Fuente: DANE – DIAN- Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP-Fedepapa - Consejo Nacional de la Papa

Los datos de los años 2016 al 2019, se encuentran corridos en el periodo de tiempo de enero a octubre.

Como ha sucedido en los últimos años, la subpartida arancelaria de papa que más llega al país es la 2004.10.00.00 (papa precocida congelada excepto en vinagre y ácido acético), ésta representa el 93% del total.

Desde noviembre de 2018, mes en que se impusieron las medidas antidumping por 2 años por parte del Gobierno Nacional a las importaciones de papa precocida congelada (de subpartida 2004.10.00.00 a las empresas de Bélgica, Países Bajos y Alemania involucradas), se ha visto una leve reducción en éstas en lo corrido de enero a octubre 2018 vs 2019. Se destaca la gran disminución de Alemania, que ha reducido en 79% las exportaciones de esta subpartida hacia Colombia. Países Bajos también ha disminuido las cantidades exportadas (a Colombia) de papa precocida congelada en 1% comparado con el año 2018.

Se destaca la reaparición de Francia en el registro de importaciones de papa precocida congelada, quien ha vuelto a enviar su producción hacia Colombia, después de no exportar en el 2018.

TABLA 12. IMPORTACIONES DE PAPA EN TONELADAS POR SUBPARTIDA

PERIODO ENERO-OCTUBRE

PARTIDA	PAÍS	2016	2017	2018	2019	PROMEDIO
2005200000 - Papas (patatas), preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar.	Alemania	0,36	1	2	1	1
	Brasil	0,44	0,43	-	-	0,43
	Canadá	7	-	-	9	8
	Chile	-	11	3	-	6,62
	China	16	3	-	-	10
	España	0,01748	45	24	40	27,25
	Estados Unidos	566	507	430	544	512
	Francia	2	2	10.725	1	2682,73
	Líbano	0,34	0,4	2	9	3
	Malasia	3	-	-	11	6,52
	México	22	20	45	27	29
	Polonia	-	-	5	4	4,68
	Reino Unido	-	-	-	0,18	0,18
TOTAL SUBPARTIDA		617	591	512	653	593
2004.10.00.00 - Papas (patatas) preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas.	Alemania	2.422	1.362	889	187	1.215
	Argentina	819	137	1.276	57	572
	Austria	25	-	-	-	25
	Bélgica	19.892	19.692	27.015	27.028	23.407
	Canadá	2.249	2.166	1.199	359	1.493
	España	-	-	-	0,01	0,01
	Estados Unidos	4.216	3.268	3.409	3.630	3.631
	Francia	-	-	-	2.677	2.677
	Israel	-	-	41	-	41
	Países Bajos	5609	6582	9.398	9.323	7.728
	Polonia	-	38	-	-	38
TOTAL SUBPARTIDA		35.233	33.245	43.226	43.260	38.741
1108.13.00.00 - Fécula de papa (patata).	Alemania	40	302	580	520	360
	Austria	18	263	158	55	123
	Brasil	-	-	-	84	84
	Dinamarca	607	295	212	63	294
	España	0,04	2	-	-	1
	Estados Unidos	6	2	2		3
	Francia	60	21	-	40	40
	Japón	-	-	0,48	-	0,48

	México	1.236	1.010	1.226	926	1.099
	Países Bajos	301	361	401	290	338
	Polonia	483	565	659	653	590
	Republica Checa	-	66	-	23	45
	Suecia	60	160	40	-	87
TOTAL SUBPARTIDA		2.812	3.047	3.278	2.653	2.947
1105.20.00.00 - Copos, gránulos y "pellets" de papa (patata).	Alemania	4	36	-	-	20
	Bélgica	43	68	42	48	50
	España	64	-	-	-	64
TOTAL SUBPARTIDA		111	104	42	48	76
0710.10.00.00 - Papas (patatas) aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.	Bélgica	1	5	2	1	2
	Estados Unidos	20	-	-	-	20
TOTAL SUBPARTIDA		21	5	2	1	7
TOTAL		38.793	36.992	47.060	46.615	42.365

Fuente: DANE – DIAN- Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP-Fedepapa - Consejo Nacional de la Papa

Los datos de los años 2016 al 2019, se encuentran corridos en el periodo de tiempo de enero a octubre.

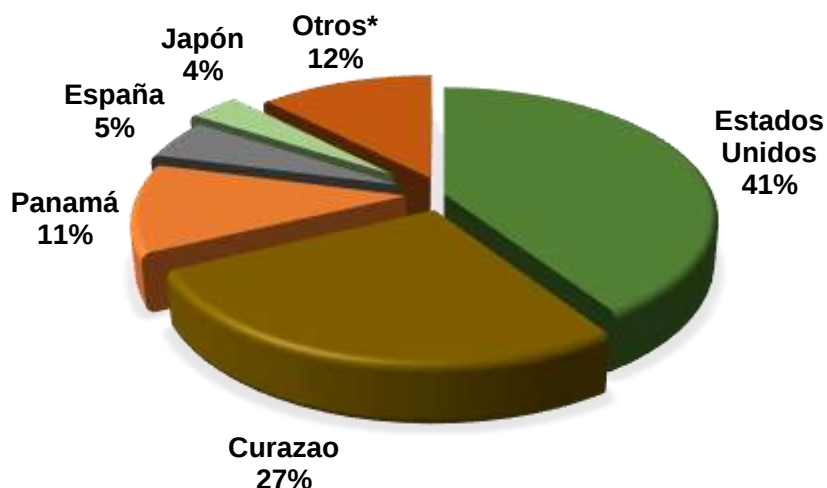
4.2.5 EXPORTACIONES

Las exportaciones de papa han aumentado 17% más que en el año anterior (comparando enero-octubre de cada año). En volumen, se han exportado cerca de 1.393 toneladas, mientras que en el 2018 se exportaron 1.182 toneladas.

Los principales 5 países que reciben las exportaciones colombianas son Estados Unidos (41%), le sigue Curazao (27%), Panamá (11%) y España (5%). Se destaca la gran disminución que ha tenido Japón casi del 64% como destino. Asimismo, se resalta el

aumento significativo que tuvo Panamá en la exportación de papa siendo aproximadamente de 169%, con respecto al año 2018.

**GRÁFICO 10. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PAPA 2019
PERIODO ENERO-OCTUBRE**



***Otros:** Aruba, Venezuela, Canadá, Puerto Rico, Australia, Chile, Reino Unido, Ecuador, México, Trinidad y Tobago, Perú y Costa Rica.

Fuente: DANE – DIAN- Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP-Fedepapa - Consejo Nacional de la Papa

Los datos del año 2019, se encuentran corridos en el periodo de tiempo de enero a octubre.

**TABLA 13. EXPORTACIONES DE PAPA COLOMBIANA POR DESTINO EN
TONELADAS 2016 – 2019 PERIODO ENERO-OCTUBRE**

PAÍS	2016	2017	2018	2019	VAR. (%) 2018/2019	PROMEDIO
Alemania	0	0,022	0	-	-	-
Argentina	0	0	0	-	-	-
Aruba	11	19	37	45	21%	28
Australia	5	7	6	15	154%	8
Bélgica	0	0	0	-	-	-
Canadá	18	11	18	28	56%	19
Chile	12	3	12	18	59%	11

Curazao	148	250	357	378	6%	283
Ecuador	-	-	-	1,73	-	2
España	39	30	43	71	66%	45
Estados Unidos	537	460	471	566	20%	509
Francia	0	0	0	0	-	-
Japón	149	250	139	50	-64%	147
México	1	37	2	1,6	-27%	10
Países Bajos	0,017	0	0	-	-	-
Panamá	46	38	59	157	169%	75
Perú	-	-	32	0	-100%	16
Puerto Rico	65	-	0,002	22	1075900%	29
Reino Unido	9	4	6	6	2%	6
Federación de Rusia	1	1	-	-	-	1
Trinidad y Tobago	-	1	0	0,27	-1%	0,4
Venezuela	-	666	1	33	3636%	233
TOTAL	1.041	1.779	1.182	1.393	18%	1.349

Fuente: DANE – DIAN- Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP-Fedepapa -
Consejo Nacional de la Papa

Los datos de los años 2016 al 2019, se encuentran corridos en el periodo de tiempo de enero a octubre.

TABLA 14. EXPORTACIONES DE PAPA Y VALOR CIF 2016 – 2019
PERIODO ENERO-OCTUBRE

AÑO	Volumen (TON)	Valor (Miles US \$/FOB)
2016	1.041	2.740
2017	1.779	2.914
2018	1.182	2.643
2019	1.393	3.364
PROMEDIO AÑO CORRIDO OCTUBRE	1.349	2.915

Fuente: DANE – DIAN- Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP-Fedepapa -
Consejo Nacional de la Papa

Los datos de los años 2016 al 2019, se encuentran corridos en el periodo de tiempo de enero a octubre.



**TABLA 15. EXPORTACIONES DE PAPA COLOMBIANA POR DESTINO EN
TONELADAS 2016 – 2019 PERIODO ENERO-OCTUBRE**

PARTIDA	PAÍS	2016	2017	2018	2019	PROMEDIO
0701.10.00.00 - Papas (patatas) frescas o refrigeradas para la siembra.	Aruba	0,0131	-	-	2	1
TOTAL SUBPARTIDA		0,0131	-	-	2	1
0701.90.00.00 - Las demás papas (patatas), frescas o refrigeradas.	Aruba	11	19	31	39	25
	Canadá	-	-	0,08	-	0,082
	Chile	-	0,29	0,15	-	0,217
	Curazao	11	10	6	6	8
	España	-	-	1	-	1,209
	Estados Unidos	6	0,2	1	-	2,395
	Panamá	25	27	28	24	
	Venezuela	-	400	-	-	400
TOTAL SUBPARTIDA		52	456	67	68	161
0710.10.00.00 - Papas (patatas) aunque están cocidas en agua o vapor, congeladas.	Alemania	-	0,022	-	-	0,022
	Aruba	-	-	1,116	3	2
	Australia	4,925	7	6	15	8
	Bélgica	0	0	0	-	-
	Canadá	12	10	17	27	16
	Chile	3	1	4	6	4
	Curazao	0,2	-	-	0,6	0,4
	España	31	23	36	63	38
	Estados Unidos	358	339	358	428	371
	Japón	149	250	139	50	147
	México	1	0,8	2	2	1
	Panamá	-	0	0,4	0,5	0,4
	Puerto Rico	-	-	0,002	-	-
	Reino Unido	9	4	6	6	6
	Rusia	1	1	-	-	1
	Trinidad y Tobago	-	0,6	0,27	0,27	0,4
TOTAL SUBPARTIDA		569	638	569	600	594



1105.10.00.00 - Harina, sémola y polvo de papa (patata).	Curazao	136	241	351	372	275
TOTAL SUBPARTIDA		136	241	351	372	275
2004.10.00.00 - Papas (patatas) preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas.	Aruba	-	-	5	0,1	3
	Canadá	3	1	1		2
	Chile	-	-	1	2	1
	España	3	3	2	3	3
	Estados Unidos	147	113	100	112	118
	México	-	36	-	-	36
	Países Bajos	0,017	0	0	-	0,006
	Panamá	0,006	3	-	-	1
	Venezuela	-	261	-	-	261
TOTAL SUBPARTIDA		153	417	108	117	199
2005.20.00.00 - Papas (patatas), preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar.	Aruba	-	-	-	2	2
	Canadá	3	0,5	1	1	1
	Chile	9	1	6	11	7
	Curazao	1	-	-	0,05	0,3
	Ecuador	-	-	-	2	2
	España	5	4	4	4	4
	Estados Unidos	26	8	13	26	18
	Panamá	21	8	30	133	48
	Perú	-	-	32	-	32
	Puerto Rico	65	-	-	22	43
	Venezuela	-	5	1	33	13
TOTAL SUBPARTIDA		131	27	86	233	119
TOTAL		1.041	1.779	1.182	1.393	1.349

Fuente: DANE – DIAN- Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP-Fedepapa - Consejo Nacional de la Papa.

Los datos de los años 2016 al 2019, se encuentran corridos en el periodo de tiempo de enero a octubre.

5. RECAUDO CUOTA DE FOMENTO

Durante el año 2019, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa - FNFP presentó ingresos por el recaudo de la cuota de fomento por el valor de \$5.509.721.620 discriminados así:

TABLA 1. INGRESOS CUOTA DE FOMENTO AÑO 2019

DETALLE	VALOR
Cuota de fomento vigencia 2019	\$ 5.371.507.210
Vigencias anteriores	\$ 138.214.410
TOTAL INGRESOS	\$ 5.509.721.620

Fuente: Recaudo FNFP, vigencia actual 2019 y anteriores años 2018 – 2017 – 2016 – 2015.

5.1. PROYECCIÓN META DE RECAUDO 2019

Para la proyección de los ingresos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa para el año 2019⁶, el administrador tomó como línea base los datos recopilados y proyectados por el Consejo Nacional de la Papa en conjunto con el área de Sistemas de Información del FNFP; evaluando las variables más importantes, como lo son: área, producción y precio, estimando un área sembrada de 128.622 hectáreas, con un rendimiento promedio de 21,37 toneladas por hectárea, para una producción de 2.748.652 y un precio de \$700.000 por tonelada, este precio se tomó teniendo en cuenta el precio promedio de variedades blancas del año 2018.

⁶ La proyección de ingresos para el año 2019, se realizó en el mes de octubre del año 2018, con una probable incidencia del Fenómeno del Niño. El Consejo Nacional de la Papa realizó una segunda proyección.

Dichas variables permitieron proyectar el valor de la producción nacional, así como el valor del recaudo de la cuota de fomento, el cual se presupuestó en \$4.644.000.000 y \$35.000.000 por vigencia anterior.

TABLA 2. VARIABLES CÁLCULO META DE RECAUDO AÑO 2019

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD PRESUPUESTADA	CANTIDAD AJUSTADA	VARIACIÓN	UNIDADES
ÁREA SEMBRADA	128.622	128.622	0%	(has)
RENDIMIENTO ESPERADO	21,37	21,50	0,6%	(ton/ha)
PRODUCCIÓN ESPERADA	2.748.652	2.765.373	0,6%	(ton)
PRECIO TONELADA	\$700.000	\$721.000	3,0%	(\$/ton)

Fuente: Consejo Nacional de la Papa - Sistemas de Información y Estudios Económicos del FNFP

En general, la expectativa del Fenómeno del Niño para el año 2019 causó una disminución en las siembras, razón por la cual los precios fueron más altos que en el año 2018. Basados en un nuevo precio promedio estimado por tonelada de \$721.000, presentando un incremento del 3,0% al inicialmente planteado y a la gestión realizada por el área recaudo de recaudo, tanto en la búsqueda de nuevos recaudadores, la identificación de valores adeudados y el seguimiento a recaudadores renuentes, la junta directiva del FNFP aprobó un incremento en los ingresos por recaudo para el año 2019 de \$226.455.670 para un presupuesto de \$4.870.455.670, de igual forma fue necesario realizar un ajuste en la meta de recaudo de vigencias anteriores e intereses de mora, incrementando en 290,1% para \$136.544.330 y 430,0% para \$53.000.000, respectivamente.

En el mes de diciembre fue necesario un nuevo ajuste de \$193.000.000 en la meta de recaudo y de \$7.000.000 en intereses de mora, quedando una meta de recaudo de \$5.063.455.670 para vigencia actual, \$136.544.330 para vigencias anteriores y \$60.000.000 para intereses de mora.

Como se observa en la TABLA 3, el recaudo de la cuota de fomento del Fondo Nacional de Fomento de la Papa en el año 2019, incluyendo vigencia actual y anterior, presentó una ejecución del 106,0%, con una superación de \$309.721.620 frente a lo presupuestado del año.

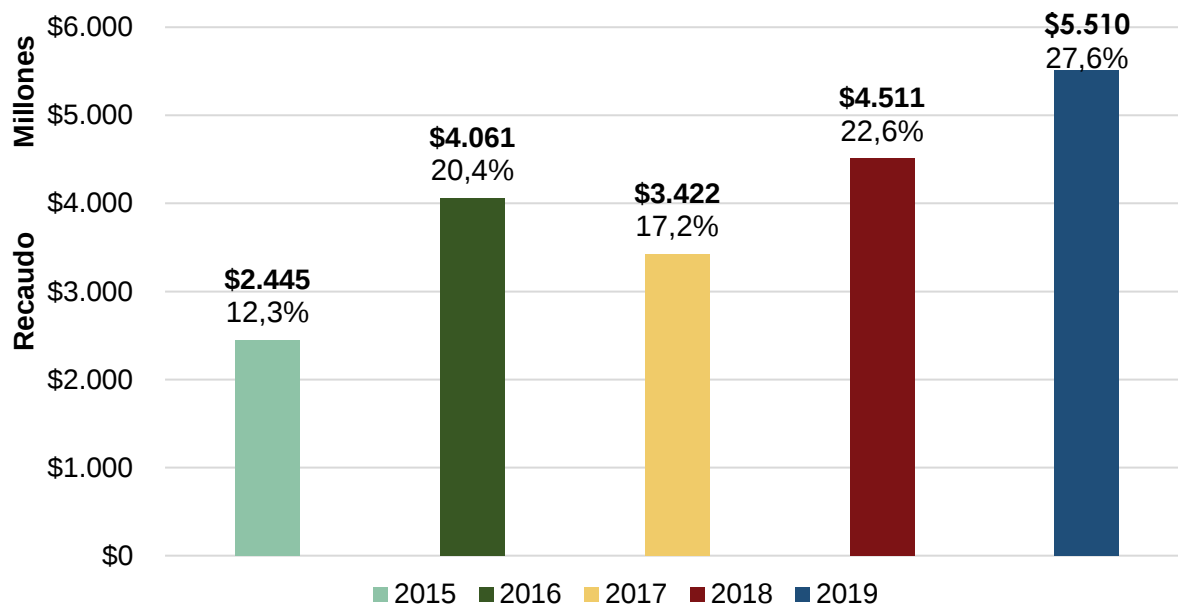
TABLA 3. INGRESOS CUOTA DE FOMENTO AÑO 2019

META AÑO 2019	RECAUDO AÑO 2019	DIFERENCIA	% CUMPLIMIENTO
\$ 5.200.000.000	\$ 5.509.721.620	\$ 309.721.620	106,0%

Fuente: Recaudo FNFP año 2019

Desde el año 2015 al 2019 han obtenido ingresos por \$19.948.137.939 por el recaudo de la cuota de fomento, el año 2019 participa con el 27,6%, siendo el año de mayor recaudo. Un precio estable en la comercialización del producto durante la vigencia y la consecución de estrategias en el control del recaudo han permitido disminuir los índices de evasión y elusión en el pago de la cuota parafiscal de la papa.

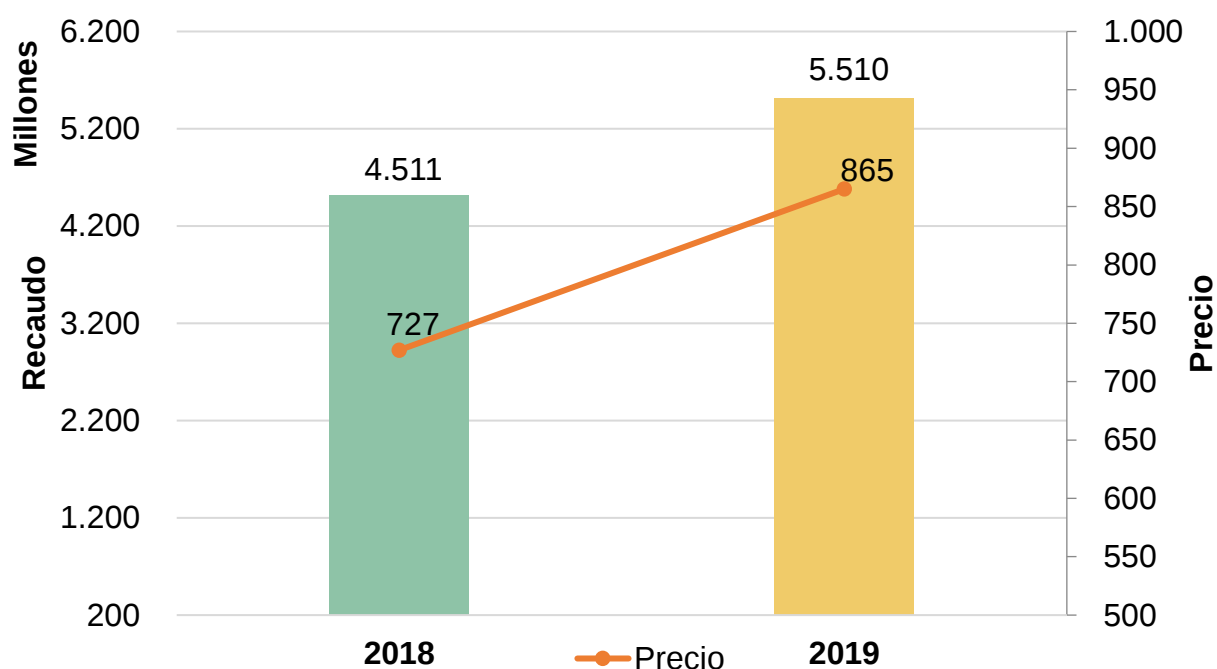
GRÁFICO 1. % DE PARTICIPACIÓN POR AÑO EN EL RECAUDO TOTAL



Fuente: Recaudo FNFP

En comparación con el año 2018, el recaudo de la cuota de fomento presenta un incremento de \$999.013.187, para una variación de 22,1%, que frente a un incremento en el precio del 18,9%⁷, se demuestra que se ha realizado un trabajo importante, en la búsqueda de nuevos recaudadores, la revisión de información contable, la identificación de valores adeudados, el seguimiento a cuentas de cobro, el seguimiento a recaudadores renuentes, así como en mantener el recaudo de los que ya cumplen con su obligación.

GRÁFICO 2. COMPORTAMIENTO RECAUDO Y PRECIO AÑO 2019 - 2018



Fuente: Recaudo FNFP

⁷ Variedad Diacol Capiro de diciembre 2018 a noviembre del año 2019 frente a diciembre 2017 a noviembre del año 2018. Se toma la variación de este período, por que corresponde al pago de la cuota de enero a diciembre.

TABLA 4. COMPARATIVO DE RECAUDO 2019 VS 2018

MES	RECAUDO 2019	RECAUDO 2018	DIFERENCIA	% VARIACIÓN
Enero	\$431.236.667	\$362.567.162	\$ 68.669.505	18,9%
Febrero	\$393.265.562	\$373.543.755	\$ 19.721.807	5,3%
Marzo	\$387.090.215	\$389.557.976	\$ (2.467.761)	-0,6%
Abril	\$411.083.204	\$383.927.419	\$ 27.155.785	7,1%
Mayo	\$433.390.728	\$424.852.425	\$ 8.538.303	2,0%
Junio	\$463.400.116	\$366.084.724	\$ 97.315.392	26,6%
Julio	\$441.504.507	\$354.998.730	\$86.505.777	24,4%
Agosto	\$459.846.310	\$372.499.786	\$87.346.524	23,4%
Septiembre	\$470.335.425	\$388.715.923	\$81.619.502	21,0%
Octubre	\$481.244.290	\$384.446.604	\$96.797.686	25,2%
Noviembre	\$536.841.872	\$382.186.004	\$154.655.868	40,5%
Diciembre	\$600.482.723	\$327.327.924	\$273.154.799	83,4%
TOTAL	\$ 5.509.721.620	\$ 4.510.708.433	\$ 999.013.187	22,1%

Fuente: Recaudo FNFP

5.2. GESTIÓN REALIZADA

5.2.1. COMPORTAMIENTO DEL RECAUDO POR ZONAS

En el año 2019 para realizar mayor control del recaudo y aumentar el cubrimiento a nivel nacional se realiza una nueva distribución de las zonas de recaudo, definiendo 8 zonas con un asesor de recaudo para cada una de ellas, así:

Zona 1. Corresponde a la ciudad de Bogotá, con las localidades de Usaquén, Suba, Engativá, Barrios Unidos, Chapinero y Teusaquillo.

Zona 2. Corresponde a los departamentos de Boyacá, Meta y Casanare.

Zona 3. Corresponde a los departamentos de Valle del Cauca, Quindío, Risaralda y Caldas.

Zona 4. Corresponde a los departamentos de Antioquia, Córdoba y Sucre.

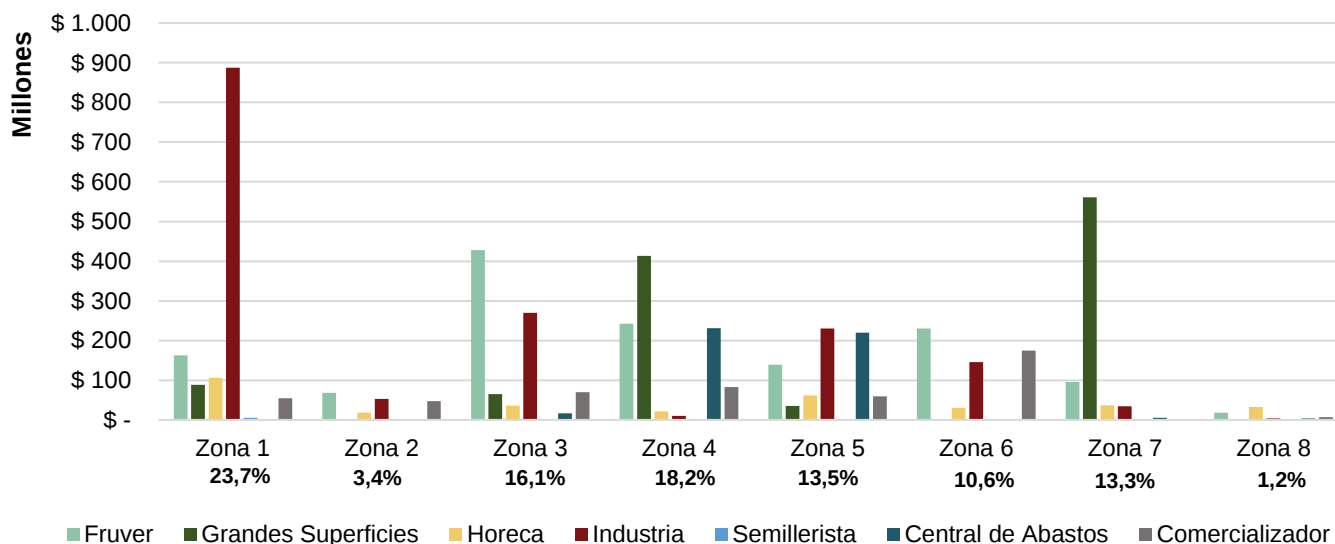
Zona 5. Corresponde a la zona sur de Bogotá, con las localidades de Fontibón, Ciudad Bolívar, Kennedy, Bosa, Usme incluyendo Corabastos y Plazas distritales.

Zona 6. Corresponde a los departamentos de Cundinamarca, Tolima y Huila.

Zona 7. Corresponde a los departamentos de Atlántico, Bolívar, Cesar, Magdalena, Santander y Norte de Santander.

Zona 8. Corresponde a los departamentos de Nariño y Cauca.

GRÁFICO 3. PARTICIPACIÓN DEL RECAUDO POR ZONAS AÑO 2019



Fuente: Recaudo FNFP año 2019

El ingreso de dos asesores, que atiendan, por un lado, la zona de la Costa Atlántica y Santanderes y por otro, la zona de Nariño y Cauca y con la redistribución de las zonas, ha permitido realizar seguimiento a las principales zonas de producción del país, al incluir en los departamentos de Santander como de Nariño asesores de recaudo independientes, logrando tener mayor conocimiento del destino de comercialización y flujos de cosecha, permitiendo identificar nuevos compradores sujetos al recaudo de la cuota parafiscal de la papa. En el año, en estas dos zonas, se lograron ingresar 85 nuevos recaudadores con un aporte de \$23.038.011 en el recaudo.

La zona 1 es la de mayor participación con un 23,7%, es importante resaltar que dicha zona, aunque no es productora de papa, si es la de mayor comercialización, en la cual se destaca el canal Industria, que participa con el 68,1% del recaudo de esta zona y una variación en este canal del 5,2% frente al año 2018. El canal de mayor variación en esta zona, frente al año 2018, es Horeca, esta variación se debe principalmente al recaudador Compass Group Services Colombia S.A., quien realizó pagos en el año 2019 por \$40.654.631, de los cuales, \$33.077.172 corresponden a vigencias anteriores y \$7.577.460 a vigencia 2019.

La zona 6 es la que presenta mayor variación frente al recaudo del año 2018, con un incremento del 53,5%, que representa una diferencia de \$202.695.706. El canal de mayor participación para esta zona es Fruver con el 39,6%, la apertura de nuevas tiendas de recaudadores como Koba Colombia S.A.S. (D1) y Mercadería S.A.S (Justo y Bueno), ha generado un incremento en el pago de la cuota de fomento del 255,3% y 28,2%, respectivamente. El canal Comercializador, es el segundo en participación y el que presenta una mayor variación frente al recaudo año 2018, con el 87,0%, este incremento principalmente corresponde a los valores aportados por Productora y Comercializadora de Papa Sánchez y Calderón LTDA, quien realizó pago por \$43.734.491, como resultado de la verificación realizada por la Auditoria Interna del FNFP y al ingreso como nuevo recaudador de Comercializadora El Pomar S.A.S., quien aportó \$29.467.625.

De igual forma, la zona 5, también presenta una variación importante frente al recaudo del año 2018, con un incremento del 36,6%, que representa una diferencia de \$200.027.170. El canal de mayor variación para esta zona es Central de Abastos, con el 90,1%, el seguimiento realizado a los establecimientos de comercio ubicados en la Corporación de Abastos de Bogotá S.A. – Corabastos, realizando visitas de inspección de libros y soportes contables en compañía de la Auditoría Interna del Fondo, permitió identificar valores adeudados por recaudadores como Jiménez Gil Lida Patricia, quien realizó pagos por \$4.886.087 de cuota de fomento; C.I Cítricos Agrosierra Ltda., quien realizó pagos por \$ 2.017.783 de cuota de fomento y \$ 2.229.984 de intereses; Deposito de Papa La Mina S.A.S, quien realizó pagos por \$4.711.030 de cuota de fomento y \$749.676 de intereses; García Diaz Vicente, quien realizó pagos por \$2.344.665 de cuota de fomento y \$254.652 de intereses; Fresh World S.A.S, quien realizó pagos por \$1.629.976 de cuota de fomento y \$287.609 de intereses; Gil Garzón Manuel, quien realizó pagos por \$1.068.823 de cuota de fomento y \$479.898 de intereses; Gil Garzón Segundo Abraham, quien realizó pagos por \$711.090 de cuota de fomento y \$329.026 de intereses. De igual forma, se realizó el ingreso de 19 recaudadores en la Central, quienes aportaron \$24.069.691.

TABLA 5. COMPARATIVO DE RECAUDO POR ZONAS 2019 VS 2018

ZONA	RECAUDO 2019	RECAUDO 2018	DIFERENCIA	% VARIACIÓN
Zona 6	\$581.741.073	\$379.045.367	\$202.695.706	53,5%
Zona 5	\$746.030.773	\$546.063.603	\$199.967.170	36,6%
Zona 1	\$1.304.446.582	\$1.143.402.305	\$161.044.277	14,1%
Zona 7	\$735.264.300	\$599.205.700	\$136.058.600	22,7%
Zona 3	\$887.451.431	\$759.604.207	\$127.847.224	16,8%
Zona 4	\$1.001.477.970	\$874.091.026	\$127.386.944	14,6%
Zona 2	\$187.556.387	\$142.574.251	\$44.982.136	31,5%
Zona 8	\$65.753.104	\$66.721.973	\$(968.869)	-1,5%
TOTAL	\$ 5.509.721.620	\$4.510.708.433	\$999.013.187	22,1%

Fuente: Recaudo FNFP

En la TABLA 6 se puede observar las diferencias de los principales 15 recaudadores del año 2019 que, frente al año 2018, presentaron una variación del 13,0% que corresponde a \$334.494.937 y representa el 33,5% de la diferencia total del recaudo del año 2019 frente al año 2018. Estos 15 recaudadores, en el año 2019 participaron con el 52,6% del recaudo del año, mientras que para el año 2018 participaron con el 56,9%, presentando una disminución del 4,2%.

TABLA 6. COMPARATIVO PRINCIPALES RECAUDADORES 2019 VS 2018

RECAUDADOR	DEPARTAMENTO	CANAL	AÑO 2019	AÑO 2018	DIFERENCIA	% VARIACIÓN
Comercializadora Nacional S.A.S.	Bogotá	Industria	\$563.384.401	\$506.026.261	\$57.358.140	11,3%
Olímpica S.A.	Atlántico	Grandes Superficies	\$511.551.410	\$451.413.425	\$60.137.985	13,3%
Almacenes Éxito S.A.	Antioquia	Grandes Superficies	\$413.015.539	\$403.728.512	\$9.287.027	2,3%
Congelagro S.A.	Bogotá	Industria	\$312.434.967	\$328.768.856	\$(16.333.889)	-5,0%
Comestibles Rico	Bogotá/Sur	Industria	\$215.225.813	\$159.066.452	\$56.159.361	35,3%
Compañía Inter/nal de Alimentos SAS	Valle	Industria	\$205.834.066	\$189.093.406	\$16.740.660	8,9%
Frozen Express SAS	C/marca	Industria	\$123.820.751	\$89.733.751	\$34.087.000	38,0%
Sánchez y Calderón Ltda.	C/marca	Comercializador	\$117.714.090	\$76.107.695	\$41.606.395	54,7%
Jerónimo Martins Colombia SAS	Bogotá	Fruver	\$86.895.405	\$44.816.590	\$42.078.815	93,9%
Agropecuaria de Papa S.A.S.	Antioquia	Comercializador	\$80.731.869	\$89.903.648	\$(9.171.779)	-10,2%
Cencosud Colombia S.A.	Bogotá	Grandes Superficies	\$68.416.963	\$61.854.789	\$6.562.174	10,6%
Mercadería S A S	C/marca	Fruver	\$51.827.455	\$40.426.788	\$11.400.667	28,2%
Frescopack S.A.S.	Antioquia	Central de Abastos	\$50.332.011	\$43.595.668	\$6.736.343	15,5%
Invercomer Del Caribe S.A.S.	Bolívar	Grandes Superficies	\$49.686.414	\$41.841.419	\$7.844.995	18,7%
Mercamio S.A.	Valle	Fruver	\$49.501.994	\$39.500.951	\$10.001.043	25,3%
TOTAL			\$2.900.373.148	\$2.565.878.211	\$334.494.937	13,0%

Fuente: Recaudo FNFP

5.2.2. COMPORTAMIENTO DEL RECAUDO POR CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Se clasificó el recaudo de acuerdo con los canales de comercialización de la papa, agrupados según características específicas, permitiendo establecer metas por cada uno y así evaluar la eficiencia del recaudo.

Basados en datos recopilados por el Consejo Nacional de la Papa, se distribuye porcentualmente la comercialización por canales, evidenciando que el de Centrales de Abastos presenta una participación del 42%, en el cual se concentra la mayor parte de la comercialización de la papa a nivel nacional.

TABLA 7. DISTRIBUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE PAPA A NIVEL NACIONAL POR CANAL AÑO 2019

CANALES	% PARTICIPACIÓN
CENTRAL DE ABASTOS Y COMERCIALIZADORES	42%
GRANDES SUPERFICIES, FRUVER Y HORECA	40%
INDUSTRIA	10%
SEMILLA	8%

Fuente: Consejo nacional de la papa año 2019

Tener una mayor segmentación en los canales de comercialización, permite evidenciar los de mayor evasión y generar estrategias específicas para cada uno de ellos, así como un seguimiento apropiado que permitan disminuir los índices de evasión y elusión, incrementando el recaudo de la cuota de fomento de la papa.

Para interpretar de una mejor manera la comercialización se hace una descripción de los canales en los cuales el FNFP recauda la cuota parafiscal:

GRANDES SUPERFICIES y FRUVER: Agrupa a todas las personas jurídicas y naturales que venden directamente la papa al consumidor final.

- Las Grandes Superficies se caracterizan por estar formalmente constituidas y vender su producto con valor agregado, principalmente empaque y lavado. Para el año 2019, el recaudo de este canal participó con el 21,1%.
- En los Fruver, así como existen grandes cadenas que están debidamente formalizadas, también se encuentran establecimientos de menor tamaño que por su informalidad dificultan el recaudo de la cuota de fomento. Para el año 2019, el recaudo de este canal participó con el 25,1%.

INDUSTRIA: En este canal se agrupan todas las organizaciones que compran papa para procesarla; en Colombia las industrias transforman la papa en fresco a congelada, conservas o féculas de papa. También procesan papa para consumir en paquete como chips en diferentes presentaciones, las principales industrias se concentran en las zonas 1, 3 y 5 de recaudo.

Se caracteriza por ser un canal de comercialización formal y consume aproximadamente el 10% de la producción anual de papa en Colombia. Para el año 2019 el recaudo de este canal participó con el 29,7%.

CENTRALES DE ABASTOS Y COMERCIALIZADORES: Agrupa a todas las personas jurídicas y naturales que comercializan papa y la distribuyen tanto a los establecimientos de comercio de la ciudad donde están ubicados, como a los de la región donde tienen mayor influencia.

- Las Centrales de Abastos son grandes centros de acopio ubicados dentro o cerca de las principales ciudades del país, en los cuales se comercializa la papa principalmente en bultos, se caracterizan por la informalidad y por lo general la

papa se comercializa sin obtener una agregación de valor. Para el año 2019 el recaudo de este canal participó con el 8,7%.

- Los Comercializadores son personas jurídicas y/o naturales, que comercializan la papa realizando procesos de valor agregado (lavado y empaque) y su ubicación es fuera de las Centrales de Abastos del país. Para el año 2019 el recaudo de este canal participó con el 9,0%.

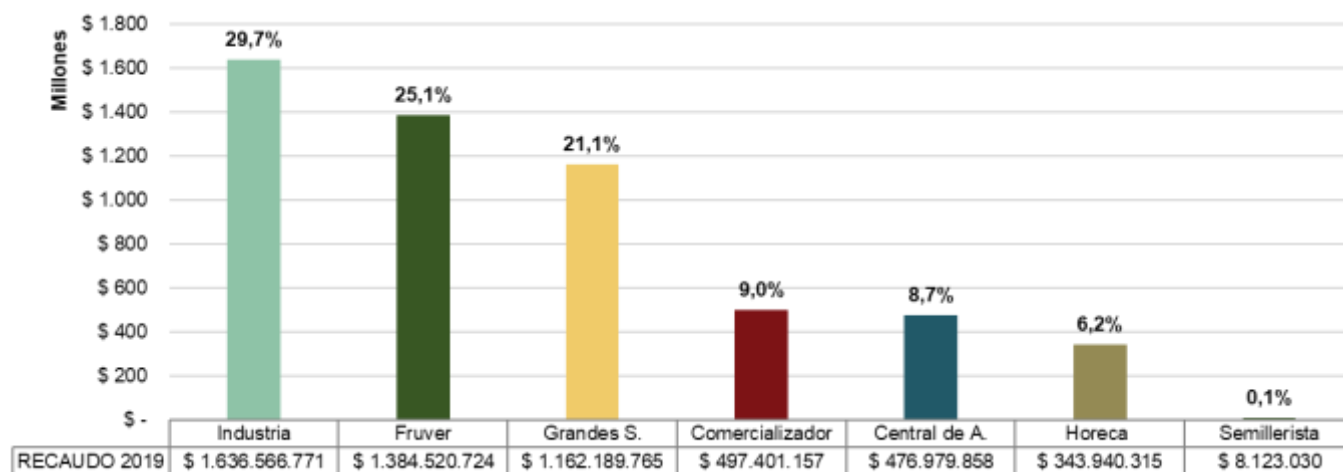
Estos dos canales consumen aproximadamente el 42% de la producción nacional y son los que presentan mayor evasión en el pago de la cuota de fomento.

HORECA: Agrupa a los establecimientos de comercio que transforman la papa para venderla al consumidor final ya preparada, dentro ellos los restaurantes, hoteles y el servicio de catering o casino. Para el año 2019 el recaudo de este canal participó con el 6,2%.

SEMILLAS: En este canal se agrupan todas las personas jurídicas y/o naturales que se dedican a la producción y comercialización de semilla de papa, se caracterizan principalmente por estar debidamente constituidos y es el canal por el cual el FNFP obtiene menores ingresos ya que según datos del Consejo Nacional de la Papa, en la producción solo se utiliza aproximadamente el 3% de semilla certificada por parte de los productores a nivel nacional. La participación de este canal es mínima con un 0,1% sobre el recaudo del año 2019.

En el año 2019 el recaudo por canales de comercialización se comportó de la siguiente forma:

GRÁFICO 4. RECAUDO POR CANAL DE COMERCIALIZACIÓN 2019



Fuente: Recaudo FNFP año 2019

El canal con mayor participación es Industria contribuye con el 29,7%, presentando una variación del 15,0% frente al año 2018, recaudadores como Comestibles Rico, Compañía Internacional de Alimentos S.A.S. y Productos Vicky S.A.S., presentan incremento del 24,8% frente al año 2018, estos recaudadores fabrican las papas de marca Kythos que se distribuyen en las tiendas D1, que como se mencionaba anteriormente, la apertura de nuevas tiendas a nivel nacional, ha generado el incremento en la comercialización de estos productos.

El canal Central de Abastos, presenta la mayor variación frente al año 2018, con 52,7% de incremento, sobresalen los establecimientos de comercio ubicados en la Corporación de Abastos de Bogotá S.A, – Corabastos, este canal frente al año 2018 incrementó en 90,1%, el seguimiento realizado a los comerciantes de la central en compañía de la Auditoria Interna del Fondo, permitió evidenciar en algunos recaudadores, que los aportes realizados no correspondían a la realidad de las compras, Jiménez Gil Lida Patricia, C.I Cítricos Agrosierra Ltda., Deposito de Papa La Mina S.A.S, García Diaz Vicente, Fresh World S.A.S, Gil Garzón Manuel y Gil Garzón Segundo Abraham, logrando identificar valores adeudados que fueron cancelados como se mencionó anteriormente.

Así mismo, a diferentes recaudadores se les solicitó información y soportes contables, para verificar la correcta liquidación y pago de la cuota de fomento, información que no fue suministrada, por lo cual fue necesario recurrir a acciones judiciales pertinentes, pruebas anticipadas – exhibición de documentos, libros de comercio y cosas muebles, para lograr la exhibición de los libros de contabilidad y soportes, en el mes de diciembre se radicaron 3 de estas solicitudes a recaudadores de esta central, Cruz Muñoz Rafael, Papa LP S.A.S y Salamanca Castañeda Gabriel. Adicional a esto, en el mes de octubre se realizó reunión informativa en el auditorio de la Corporación, contando con la asistencia de 41 comerciantes de papa, la Dirección y la Auditoria Interna del Fondo, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la administración de la central, se aclararon las dudas presentadas y la obligatoriedad del recaudo de la cuota, así como las sanciones por el incumplimiento.

En el año 2020 se continuará con el seguimiento a esta central, por su importancia en la comercialización de la producción de los departamentos de Cundinamarca y Boyacá y de igual forma se realizará en centrales como Cavasa S.A., la Central Mayorista y Minoristas del departamento de Antioquia y Coompro Oriente.

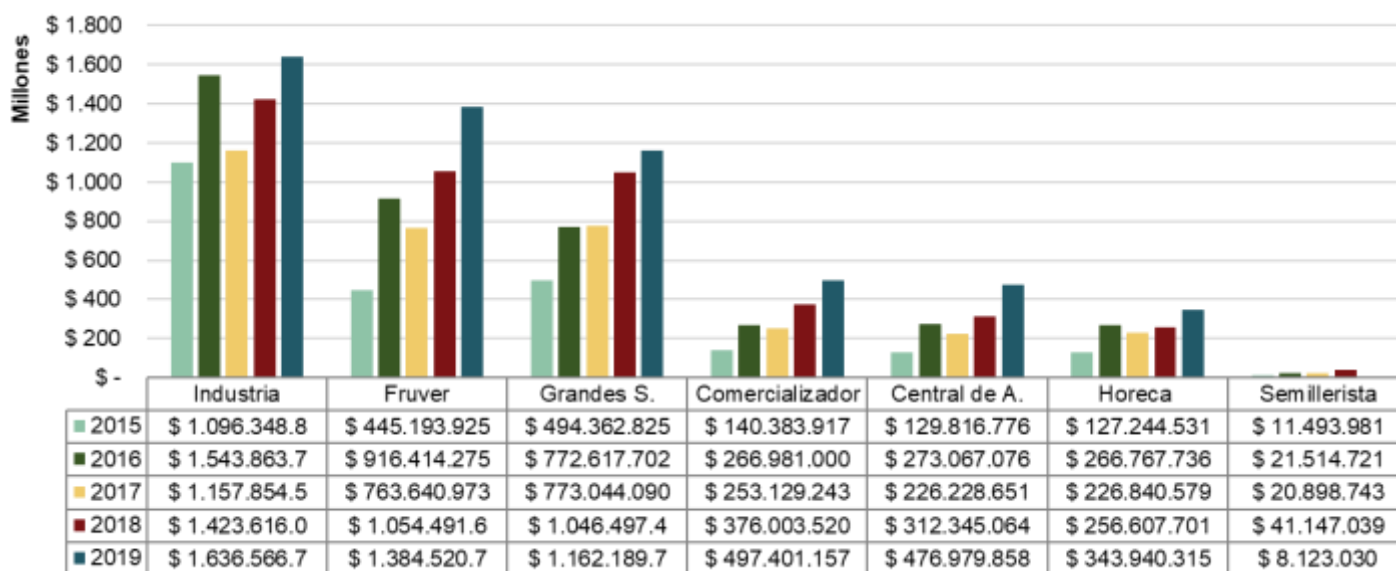
TABLA 8. COMPARATIVO DE RECAUDO POR CANAL 2019 VS 2018

CANAL	RECAUDO 2019	RECAUDO 2018	DIFERENCIA	% VARIACIÓN
Industria	\$1.636.566.771	\$1.423.616.052	\$212.950.719	15,0%
Fruver	\$1.384.520.724	\$1.054.491.647	\$330.029.077	31,3%
Grandes S.	\$1.162.189.765	\$1.046.497.410	\$115.692.355	11,1%
Comercializador	\$497.401.157	\$376.003.520	\$121.397.637	32,3%
Central de A.	\$476.979.858	\$312.345.064	\$164.634.794	52,7%
Horeca	\$343.940.315	\$256.607.701	\$87.332.614	34,0%
Semillerista	\$8.123.030	\$41.147.039	\$(33.024.009)	-80,3%
TOTAL	\$5.509.721.620	\$4.510.708.433	\$999.013.187	22,1%

Fuente: Recaudo FNFP

En cuanto al recaudo obtenido desde el año 2015, el canal de mayor participación es Industria con 34,4%, siendo el 2019 el año que mayor recaudo ha tenido este canal con \$1.636.566.771. Los canales Central de Abastos, Comercializador, Horeca y Fruver son los canales que permiten continuar con el ingreso de nuevos recaudadores.

GRÁFICO 5. RECAUDO POR CANAL 2015 - 2019



Fuente: Recaudo FNFP

5.3. ESTRATEGIAS DE RECAUDO

5.3.1. SEGUIMIENTO A RECAUDADORES

Para establecer las estrategias se hace una clasificación de los recaudadores de acuerdo al cumplimiento de su parte en el marco legal:

Recaudador Activo: Personas naturales, jurídicas o las sociedades de hecho que cumplen mensualmente con el recaudo de la cuota de fomento.

Recaudador Moroso: Personas naturales, jurídicas o las sociedades de hecho que se encuentren registrada en la sabana de recaudo consolidado mensual FNFP-F-RC-31-59 y que se encuentran con cesación de pagos de la cuota de fomento en uno o más meses, sin soportar su inactividad en el pago. A esta clase de recaudador se le debe realizar seguimiento para lograr el pago oportuno de la cuota de fomento o informar el motivo de su inactividad.

Recaudador Nuevo: Personas naturales, jurídicas o las sociedades de hecho que por primera vez recauda cuota de fomento y debe seguir cumpliendo con lo exigido por la ley.

Recaudador Potencial: Personas naturales, jurídicas o las sociedades de hecho que, por indicios conocidos por el área de recaudo, se consideran que compran papa de producción nacional de cualquier variedad para utilizarla como semilla, acondicionarla, procesarla, industrializarla, comercializarla o exportarla, son identificadas mediante bases de datos, por visitas a las diferentes zonas o por referencias de otros recaudadores o comercializadores.

Recaudador Renuente: Personas naturales, jurídicas o las sociedades de hecho que compren papa de producción nacional de cualquier variedad, que, a pesar de ser notificados, no cumplen las obligaciones legales y reglamentarias establecidas en la Ley 1707 de 2014 y el Decreto 2263 de 2014.

Para llevar a cabo el recaudo de la cuota de fomento, se buscó priorizar en estrategias de aumento de número de recaudadores y la búsqueda de nuevos agentes que participan en la comercialización de la papa.

5.3.2. COBERTURA GEOGRÁFICA

Zona 1: El trabajo se concentró en fortalecer el cumplimiento de las obligaciones por parte de los recaudadores activos, aquellos que ya cumplen con la ley, pero incumplen el plazo máximo mensual de pago o no han cancelado cuotas de fomento de periodos anteriores, recaudando \$33.974.567 en intereses de mora y en aumentar el número de recaudadores mediante la visita a potenciales, de igual forma se realizó seguimiento a recaudadores renuentes como grandes superficies, cadenas de restaurantes, fruver y hoteles, de los cuales se destacan Pricesmart Colombia S.A.S., quien inicio su recaudo en el mes de abril de 2019, Merqueo S.A.S., quien inicio su recaudo en el mes de agosto de 2019.

Zona 2: Esta zona fue modificada en el año 2019, para brindar una mayor cobertura al departamento de Boyacá, lo que ha permitido identificar valores adeudados e ingresar nuevos recaudadores, como Oyl Inversiones SAS, Punto Mercar Autoservicio S.A.S., Productos Los Lanceros S.A.S., Productora y Comercializadora El Gran Campo S.A.S y Peralta Cárdenas Esperanza, entre otros. El seguimiento realizado, también permitió que recaudadores como Hortalizas Boyacá S.A.S. y Procesadora y Comercializadora de Alimentos Soracá S.A. C.I, realicen los pagos de forma puntual. De igual forma se continuó con el seguimiento a los comerciantes ubicados en la Cooperativa Multiactiva de Comerciantes y Productores Agropecuarios - Coomproriente, mediante visitas por parte del Asesor y el envío de comunicados de solicitud de información contable, para identificar los valores adeudados por parte de estos comerciantes. Una vez fueron recibidos dichos comunicados, los comerciantes solicitaron se realizará reunión con el Fondo, por lo cual el día 18 de diciembre se realizó socialización en la Cooperativa con la asistencia del Asesor de Recaudo, el Coordinador de Recaudo y de 13 comerciantes, quienes, debido a su informalidad, no se ha logrado identificar valores adeudados para dar inicio al proceso de cobro, por lo cual para el año 2020 se debe continuar con el seguimiento.

Zona 3: Se priorizó en hacer seguimiento a los recaudadores potenciales, logrando 26 recaudadores nuevos del canal Fruver, 4 recaudadores del canal Horeca, 3 del canal Industria, 2 en el canal Comercializador y 2 en el canal Central de Abastos, quienes realizaron pagos por \$30.707.085. Con el acompañamiento de la auditoria interna se logró el pago de Esperanza Estrella Rodríguez / Productos La Primavera, quien era recaudador renuente desde el año 2015 y realizó pagos por \$8.687.375 y de intereses por \$1.087.471. En el año 2018 se contaba con 168 recaudadores y para el año 2019 con 189 recaudadores, para un crecimiento del 12,5%.

Zona 4: Se realizaron visitas de verificación de información contable, en compañía de la Auditoria Interna del Fondo, lo que permitió identificar valores adeudados, entre los cuales se destacan los recaudadores, Almacenes Éxito S.A., quien realizó pagos por \$61.453.801 de cuota de fomento y \$13.124.912 de intereses moratorios; Quintero Gómez Walter, quien realizó aportes por \$4.522.820 de cuota de fomento y \$1.501.680 de intereses de mora. De igual forma se realizó seguimiento a recaudadores potenciales, logrando el ingreso de 16 nuevos recaudadores, los cuales realizaron aportes por \$29.120.513.

Zona 5: Como se menciona anteriormente, el seguimiento en esta zona se priorizó en los establecimiento de comercio de papa, ubicados en la Corporación de Abastos de Bogotá S.A. – Corabastos, realizando visitas de inspección de libros y soportes contables en compañía de la Auditoria Interna del Fondo, se visitaron los recaudadores: C.I Cítricos Agrosierra Ltda., García Díaz Vicente, Deposito de Papa La Mina S.A.S, García Salamanca Víctor Mauricio, Papa Export Ltda., Papa LP S.A.S, Cardozo Álvaro, Espejo Forero Jose Wilson, Cruz Muñoz Rafael, Cruz Muñoz Roberto, Cruz Zamudio Jorge Arturo, Gil Garzón Segundo Abraham, Gil Garzón Manuel, Jiménez Gil Lida Patricia, Salamanca Castañeda Gabriel, Salamanca Castañeda Manuel José y Fresh World S A S, de los 17 visitados solo se logró revisar información de 7 de ellos, identificando valores adeudados, que fueron cancelados de acuerdo a la información mencionada, 3 quienes se encuentran en proceso judicial para la solicitud de pruebas anticipadas – exhibición

de documentos, libros de comercio y cosas muebles y los 7 restantes a los que se tiene que continuar con el seguimiento en el año 2020.

De igual forma, se realizó seguimiento al ingreso de nuevos recaudadores, 47 en total, quienes realizaron aportes por \$69.092.567, entre los que se destacan Comercializadora de Frutas y Verduras Comfruver S.A.S., Díaz Díaz Mauricio, ABC Fruver del Campo S.A.S y Frutos De Mi Cosecha S.A.S., quienes realizaron aportes por \$15.966.776, \$7.965.881, \$5.751.808 y \$5.655.915, respectivamente.

Zona 6: En el año 2019 se redistribuye la zona, retirando la Costa Atlántica (la cual se agrega a la nueva zona 7) y Bogotá plazas (la cual se agrega a la zona 5) y se incluyen los departamentos de Cundinamarca, Tolima y Huila.

Se priorizó el departamento de Cundinamarca, por la importancia de su producción, realizando visitas al municipio de Sibaté, identificando e ingresando al recaudador Comercializadora El Pomar S.A.S. quien realizó pagos de cuota por \$29.467.625. Igualmente se realizó seguimiento a nuevas industrias de papa en chips, como lo son Zona Franca Pir S.A.S. (Papas Ramo) y Snacks de Colombia S.A.S. (Papas Deli Campo).

Zona 7: El ingreso de un nuevo asesor para atender los departamentos de Santander, Norte de Santander, Atlántico, Bolívar, Cesar y Magdalena para realizar seguimiento a la producción y comercialización, ha aportado mayores ingresos al recaudo, ingresando 36 nuevos recaudadores, que han realizado pagos por \$18.187.151. Esta zona presentó un incremento del 22,7% frente al año 2018, el canal de mayor crecimiento es Industria con 103,2%, por lo mencionada de Productos Vicky S.A.S. y el canal Fruver, con una variación de 62,5%, con el ingreso de 15 nuevos recaudadores por este canal, quienes aportaron \$8.458.493 en el año.

Zona 8: Se crea una nueva zona para dar prioridad al departamento de Nariño, por la importancia de su producción. Se enfocó en hacer seguimiento a los recaudadores potenciales, logrando 49 recaudadores nuevos quienes realizaron pagos por \$4.850.860, siendo la zona de mayor participación en el cumplimiento de este objetivo.

5.3.3. IDENTIFICACIÓN NUEVOS RECAUDADORES

Dentro de las estrategias de recaudo se ha establecido la necesidad de identificar nuevos agentes que participen en la cadena de comercialización y transformación de la papa, por esta razón el ingreso de nuevos recaudadores, se plantea como un objetivo específico dentro del proyecto de Sistematización, control a la evasión y elusión de la cuota de fomento de la papa y el resultado de esta estrategia se presenta en la sección del proyecto.

5.3.4. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

En el año 2019 se realizó especial seguimiento a los canales de comercialización que más tienen potencial de crecimiento teniendo en cuenta el número de establecimientos. Dentro de los resultados obtenidos en el canal de Fruver se logró un 36,5% del total de nuevos recaudadores, el canal Horeca con el 33,46% y el canal Central de Abastos y Comercializador con el 23,6%.

5.3.5. MANTENIMIENTO A RECAUDADORES ACTIVOS

Los asesores de recaudo de cada una de las zonas, mediante las visitas a recaudadores realizaron un seguimiento a aquellos que ya están cumpliendo con la obligación de recaudar la cuota de fomento, para el año 2018 se contaba con 898 recaudadores, en el año 2019 se ingresaron 263 nuevos. En la base de datos, existen en la actualidad 1.066 recaudadores activos en el pago de la cuota de fomento. De igual forma, desde la oficina central, en compañía de la Auditoria Interna se vienen realizando visitas de inspección

de libros contables, así como solicitud de la información contable mediante comunicados, con lo cual se ha evidenciado elusión en el pago de la cuota de fomento, casos como los que se relacionan en la TABLA 9, se encuentran en seguimiento para lograr el pago de los valores identificados.

TABLA 9. CUENTAS DE COBRO

RECAUDADOR	VALOR IDENTIFICADO
Supermercados Cundinamarca S.A.	\$ 47.632.281
Verduras S.A.S	\$ 17.917.855
Mora Urrea Uriel	\$ 15.771.874
Gil Garzón Manuel	\$ 3.236.990
Gil Garzón Segundo Abraham	\$ 2.622.640
Millán Barragán Mari Luz	\$ 866.050
Escuela Militar de Aviación Marco Fidel Suarez	\$ 664.080
Nativa y Gastronomía S.A.S.	\$ 459.318
TOTAL	\$ 89.171.088

Fuente: Recaudo FNFP año 2019

5.3.6. SEGUIMIENTO A PAGOS EXTEMPORÁNEOS

Para dar cumplimiento al artículo 8° de la Ley 1707 de 2014, los asesores de recaudo continúan con el cobro de intereses de mora, por pagos extemporáneos de la cuota de fomento, así como los intereses por valores adeudados. Para el seguimiento y cobro de los intereses se han enviado comunicados emitidos por el área de recaudo, así como estados de cuenta, enviados vía electrónica o entregados directamente por los asesores de recaudo.

Para evitar el pago de intereses, se divulgan las fechas límite de pago mensual en la página de web del administrador del FNFP, así como en los calendarios, programadores, cartillas y carpetas entregados a los recaudadores.

Los resultados de esta estrategia se presentan en la sección del proyecto Sistematización, control a la evasión y elusión de la cuota de fomento de la papa.

5.3.7. SEGUIMIENTO A RECAUDADORES RENUENTES Y/O MOROSOS

De igual forma se realiza seguimiento a recaudadores que se encuentran en mora por la cesación de pagos y aquellos que se identifican como recaudadores potenciales en el pago de cuota de fomento, adelantando el Procedimiento “Seguimiento a Recaudadores - Renuencia del Recaudador y Cobro Ejecutivo”, para lograr el pago efectivo o solicitar conformidad de valores adeudados ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN.

En el seguimiento a recaudadores renuentes se está llevando a cabo el procedimiento mediante el envío de comunicados.

- **Comunicado de contacto:** Oficio emitido por el área de recaudo del FNFP, en el cual se informa al recaudador potencial la normatividad del Fondo Nacional de Fomento de la Papa, la obligación legal que tiene como comprador de papa y el contacto del asesor de la zona para poder brindar mayor información.

Este comunicado es emitido a aquellos establecimientos que se han identificado que comercializan o consumen papa, pero que no ha sido posible establecer una visita por parte del asesor.

- **Primer comunicado:** Oficio emitido por el área de recaudo del FNFP, en el cual se informa al recaudador potencial, el proceso que se ha adelantado y la obligación legal que tiene de recaudar la cuota de fomento y las sanciones que estipula la ley.

- **Segundo comunicado:** Oficio emitido por el área de recaudo del FNFP y firmado por el director del FNFP, en el cual se le informa nuevamente al recaudador renuente de la obligación legal que tiene de recaudar la cuota de fomento y las sanciones que estipula la ley. Además de comunicarle que, si la solicitud no es respondida o continua la negativa a realizar el procedimiento, se iniciará el proceso ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, para realizar el cobro jurídico.
- **Comunicado solicitud de información:** Oficio emitido por el área de recaudo del FNFP, en el cual se solicita información y soportes contable de las compras de papa, para identificar el cumplimiento de la retención y pago de la cuota de fomento de la papa.
- **Comunicado de pago en mora sin valor identificado:** Oficio emitido por el área de recaudo del FNFP y firmado por el director del FNFP, en el cual se le informa que se evidencia cesación de pagos y se solicita el pago de los meses adeudados, así como información de las compras realizadas en los meses sin pago.
- **Comunicado de pago en mora con valor identificado:** Oficio emitido por el área de recaudo del FNFP y firmado por el director del FNFP, en el cual se le informa los pagos pendientes de cuota de fomento que se han identificado por solicitud de información, por visitas de los Asesores de Recaudo o por visitas de la Auditoría Interna.

En el comunicado se estipula el tiempo con el que cuenta el recaudador para realizar el pago correspondiente y se informa la continuidad del proceso ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, para realizar el cobro jurídico si no es cumplido el tiempo señalado.

- **Comunicado de solicitud de conformidad:** Oficio emitido por el área de recaudo y firmado por el representante legal del administrador del FNFP, en el cual se solicita a la Subdirección de Gestión de Fiscalización de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN, la conformidad del valor adeudado para dar inicio al trámite legal.

Esta estrategia se plantea como un objetivo específico dentro del proyecto de Sistematización, control a la evasión y elusión de la cuota de fomento de la papa y el resultado se presenta en la sección del proyecto.

5.4. ACCIONES PARA EL CONTROL DEL RECAUDO

5.4.1. VISITAS

Dentro de las herramientas para el control del recaudo de la cuota de fomento, los asesores deben realizar un mínimo de 54 visitas mensuales, con un promedio de 4 diarias y en la semana un número no menor a 16.

El 10% de las visitas se realiza a potenciales recaudadores y las restantes a realizar seguimiento a aquellos que ya cumplen con la obligación, revisando el cumplimiento para el correcto registro, pago y envío de la información.

Esta acción, al igual que las estrategias de identificación de nuevos recaudadores, seguimiento a renuentes y pago de intereses, se plantea como un objetivo específico dentro del proyecto Sistematización, control a la evasión y elusión de la cuota de fomento de la papa y el resultado se presenta en la sección del proyecto.

5.4.2. IMPLEMENTACIÓN DE APLICATIVO WEB

En el año 2019 se contrató el diseño, desarrollo y puesta en marcha de un aplicativo de arquitectura web a la medida www.recaudopapa.com, en el cual se llevarán los registros de los pagos de la cuota de fomento, el diligenciamiento de las actas de visita, las bases de datos tanto de los recaudadores, como el registro de la información que por Ley deben llevar los recaudadores. En el año 2019, se realizó el levantamiento de los requerimientos específicos del aplicativo, así como la definición de la arquitectura del sistema y la construcción del sistema funcional, para el año 2020 se iniciará con la implementación del desarrollo.

5.4.3. SEGUIMIENTO ASESORES DE RECAUDO

Para garantizar que las revisiones que realizan los asesores de recaudo a los recaudadores, se realicen de forma efectiva, durante el año 2019 se aplicó el Procedimiento Seguimiento a Asesores, con el cual se evaluó la gestión realizada, evidenciando la necesidad de fortalecer la inspección efectuada a los recaudadores, generando el cambio de dos asesores, para los cuales se enfoca en un perfil contable, que permita la inspección y revisión de información pertinente para verificar la correcta liquidación, pago y cumplimiento de la Ley de la cuota de fomento de la papa.

6. INFORME PRESUPUESTAL Y FINANCIERO

CUENTAS	VIGENCIA 2019		
	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
INGRESOS	9.031.157.604	9.380.859.870	104%
INGRESOS OPERACIONALES	7.149.969.053	7.481.690.248	105%
<i>Cuota de fomento</i>	5.063.455.669	5.371.533.251	106%
<i>Cuota de fomento vigencias anteriores</i>	136.544.330	138.188.368	101%
<i>Intereses por mora</i>	60.000.000	81.999.576	137%
<i>Superávit vigencias anteriores</i>	1.889.969.053	1.889.969.053	100%
INGRESOS NO OPERACIONALES	1.881.188.551	1.899.169.622	101%
<i>Otros Ingresos</i>	1.744.188.551	1.753.177.130	101%
<i>Ingresos Financieros</i>	137.000.000	145.992.492	107%
EGRESOS	3834.918.845	3.591.308.687	94%
FUNCIONAMIENTO	242.896.180	208.062.042	86%
CUOTA DE ADMINISTRACIÓN	520.000.000	550.972.163	106%
INVERSIÓN	3.072.022.665	2.832.274.482	92%
RESERVA PROY. INV. Y GT.	5.196.238.759	5.789.551.183	111%
TOTAL PRESUPUESTO	9.031.157.604	9.380.859.870	104%

7. INFORME DE TESORERÍA

SALDOS BANCOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019

CUENTAS BANCARIAS E INVERSIÓN				
ENTIDAD	SALDO	PARTICIPACIÓN	VENCIMIENTO	TARIFA RENDIMIENTOS
DAVIVIENDA CUENTA DE AHORROS	\$348.939.549	5,94%		0,01% EA
BOGOTÁ CUENTA DE AHORROS	\$1.454.676.415	24,77%		3,75% EA
CDT A 90 DÍAS BANCO DAVIVIENDA	\$1.726.722.300	29,40%	30/03/2020	4,73% EA
CDT A 186 DÍAS BANCO DAVIVIENDA	\$1.536.127.908	26,15%	02/01/2020	4,95% EA
CDT A 90 DÍAS BANCO DAVIVIENDA	\$500.000.000	8,51%	30/03/2020	4,71% EA
CDT A 180 DÍAS BANCO BOGOTÁ	\$306.760.800	5,22%	22/03/2020	4,75% EA
TOTAL	\$5.873.226.972	100,00%		

El dinero del Fondo Nacional de Fomento de la Papa corresponde a los ingresos por concepto de cuota de fomento y el dinero disponible se encuentra únicamente en las cuentas anteriormente relacionadas.

ENTIDAD	RENDIMIENTOS FINANCIEROS
DAVIVIENDA CUENTA DE AHORROS	0,01% EA
BOGOTÁ CUENTA DE AHORROS	3,75% EA
CDT A 90 DÍAS BANCO DAVIVIENDA*	4,73% EA
CDT A 186 DÍAS BANCO DAVIVIENDA**	4,95% EA
CDT A 90 DÍAS BANCO DAVIVIENDA***	4,71% EA
CDT A 180 DÍAS BANCO BOGOTÁ****	4,75% EA

* El 30 de diciembre de 2019 se renovó el CDT de \$ 1.700.000.000 y los rendimientos financieros fueron capitalizados, generando así un CDT por valor de \$1.726.722.300 a 90 días con una tarifa del 4,73 % E. A. con el Banco Davivienda.

** El 26 de junio de 2019 se renovó el CDT de \$ 1.517.685.000 y los rendimientos financieros fueron capitalizados, generando así un CDT por valor de \$1.536.127.908 a 186 días con una tarifa del 4,95 % E. A. con el Banco Davivienda; (El 03 de enero del 2020 se renovó el CDT a 90 días con una tarifa del 4,95 % E. A).

*** El 30 de diciembre del 2019 se constituyó un CDT por el valor de \$500.000.000 a 90 días con tarifa del 4.71 % E.A con el banco Davivienda.

**** El 23 de septiembre de 2019 se renovó el CDT de \$300.000.000 y los rendimientos financieros fueron capitalizados, generando así un CDT por el valor de \$306.760.800 a 180 días con tarifa del 4.75 % E.A con el banco Bogotá.

8. INFORME PROGRAMAS Y PROYECTOS

PROGRAMA	PROYECTO	SOLICITUD VIGENCIA 2019	EJECUCIÓN VIGENCIA 2019	% EJECUCIÓN
RECAUDO	Sistematización, control a la evasión y elusión de la cuota de fomento de la papa	\$ 784.528.027	\$ 658.272.105	83,9%
ESTUDIOS ECONÓMICOS	Sistemas de información	\$ 73.237.094	\$ 62.603.378	85,5%
INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA	Implementación y transferencia de tecnología en el sector productivo papa "ITPA"	\$ 1.110.292.344	\$ 1.019.020.741	91,7%
COMERCIALIZACIÓN	Campaña de promoción al consumo de papa	\$ 914.175.200	\$ 911.866.069	99,7%
	Promoción y divulgación del FNFP a través de AGROEXPO	\$ 189.790.000	\$ 180.512.189	95,1%
TOTAL PROYECTOS VIGENCIA 2019		\$ 3.072.022.665	\$ 2.832.274.482	92,2%

8.1. PROGRAMA: RECAUDO

8.1.1. PROYECTO: SISTEMATIZACIÓN, CONTROL A LA EVASIÓN Y ELUSIÓN DE LA CUOTA DE FOMENTO DE LA PAPA

DESCRIPCIÓN GENERAL

El proyecto está encaminado a desarrollar estrategias y dar cumplimiento a los mecanismos establecidos para el recaudo de la cuota de fomento de la papa, su debida sistematización y cumplimiento de las obligaciones de los recaudadores a nivel nacional, propendiendo por el incremento de esta.

COBERTURA

Nacional.

OBJETIVO GENERAL

Recaudar la Cuota de Fomento de la Papa a nivel nacional en el marco de la Ley 1707 y su Decreto 2263 de 2014, consolidando acciones necesarias para su debida y correcta sistematización, así como estrategias encaminadas a incrementar el recaudo de la cuota, la disminución de la evasión y de la elusión de esta.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Recaudo Cuota de Fomento**

Objetivo específico 1: Plantear estrategias para el correcto recaudo de la Cuota de Fomento de la papa, basados en los instrumentos que brinda la normatividad vigente y con participación de los agentes de la cadena del sistema productivo de la papa.

Meta: Recaudar en el año 2019 \$5.063.455.670 y de vigencia anterior 136.544.330, para un total de ingresos de \$5.200.000.000.

TABLA 1. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO META DE RECAUDO AÑO 2019

META AÑO 2019	EJECUCIÓN AÑO 2019	DIFERENCIA	% CUMPLIMIENTO
\$5.200.000.000	\$5.509.721.620	\$309.721.620	106,0%

Fuente: Recaudo FNFP año 2019

Durante el año 2019 se recaudó la suma de \$5.509.721.620, lo que representa un cumplimiento de la meta de 106,0%. De vigencia actual se recaudaron \$5.371.507.210 y por vigencias anteriores \$138.214.410.

El recaudo del año 2019 incrementó 22,1% y el precio de la variedad Diacol Capiro, teniendo en cuenta el promedio del mes de diciembre 2018 a noviembre 2019, incrementó en 18,9%.

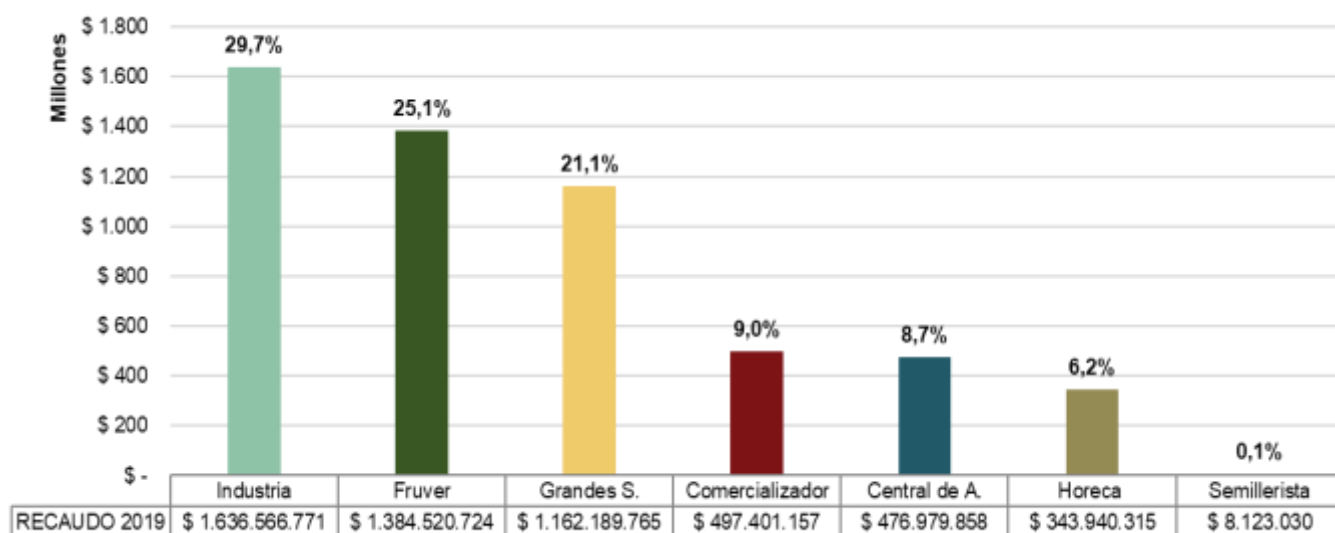
El canal con mayor participación es Industria contribuye con el 29,7%, presentando una variación del 15,0% frente al año 2018.

El canal Central de Abastos, presenta la mayor variación frente al año 2018, con 52,7% de incremento, sobresalen los establecimientos de comercio ubicados en la Corporación de Abastos de Bogotá S.A, – Corabastos, a los cuales en esta vigencia se les realizó

seguimiento mediante la inspección de libros contables en compañía de la Auditoría Interna del Fondo, la divulgación de piezas impresas con las obligaciones como recaudadores, la realización de una reunión informativa con comerciantes ubicados en la Corporación, las solicitudes de conformidad ante la DIAN y los procesos de solicitud de pruebas anticipadas – exhibición de los libros de contabilidad.

En el año 2020 se continuará con el seguimiento a esta central, por su importancia en la comercialización de la producción de los departamentos de Cundinamarca y Boyacá y asimismo en otras Centrales de Abastos del país.

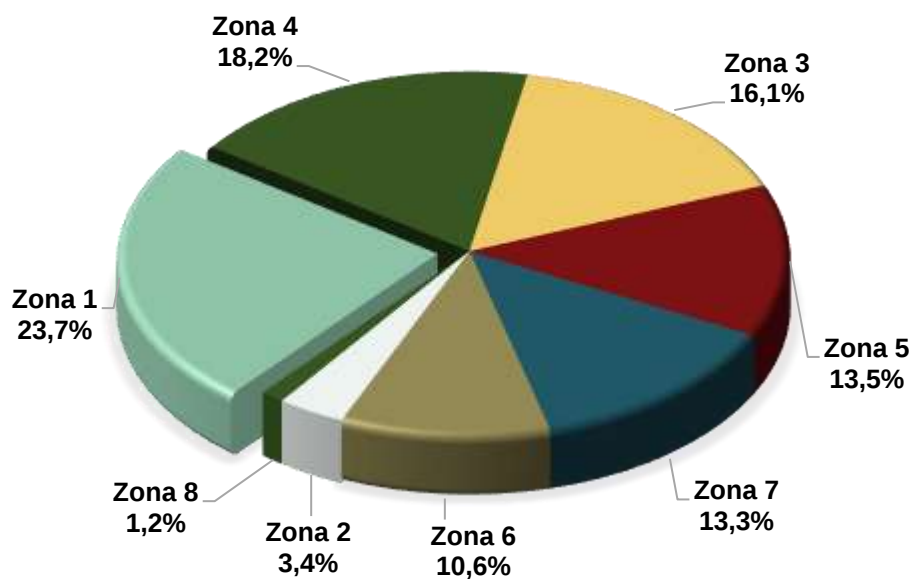
GRÁFICO 1. PARTICIPACIÓN DEL RECAUDO POR CANAL AÑO 2019



Fuente: Recaudo FNFP año 2019

La zona 1 es la de mayor participación en el recaudo del año 2019, con el 23,7%, por concentrar mayor número de industrias, es el canal que más aporta, con el 68,1%. Por lo contrario, la zona 8 representa el menor recaudo con un 1,2%, se debe resaltar la importancia del departamento de Nariño, como el tercero mayor productor de papa a nivel nacional, un asesor independiente en esta zona ha permitido el ingreso de nuevos recaudadores, como el seguimiento realizado a centrales de abastos, que, debido a su informalidad, es necesario continuar con el seguimiento en el año 2020.

GRÁFICO 2. PARTICIPACIÓN DEL RECAUDO POR ZONAS AÑO 2019



Fuente: Recaudo FNFP año 2019

- **Visitas a recaudadores**

Objetivo específico 2: Incrementar las visitas a los recaudadores activos, inactivos y potenciales para el control, vigilancia, asesoría y validación del recaudo de la cuota de fomento.

Meta: Realizar 4.700 visitas a recaudadores durante el año 2019.

TABLA 2. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE VISITAS AÑO 2019

META AÑO 2019	EJECUCIÓN AÑO 2019	DIFERENCIA	% CUMPLIMIENTO
4.700	4.376	-324	93,10%

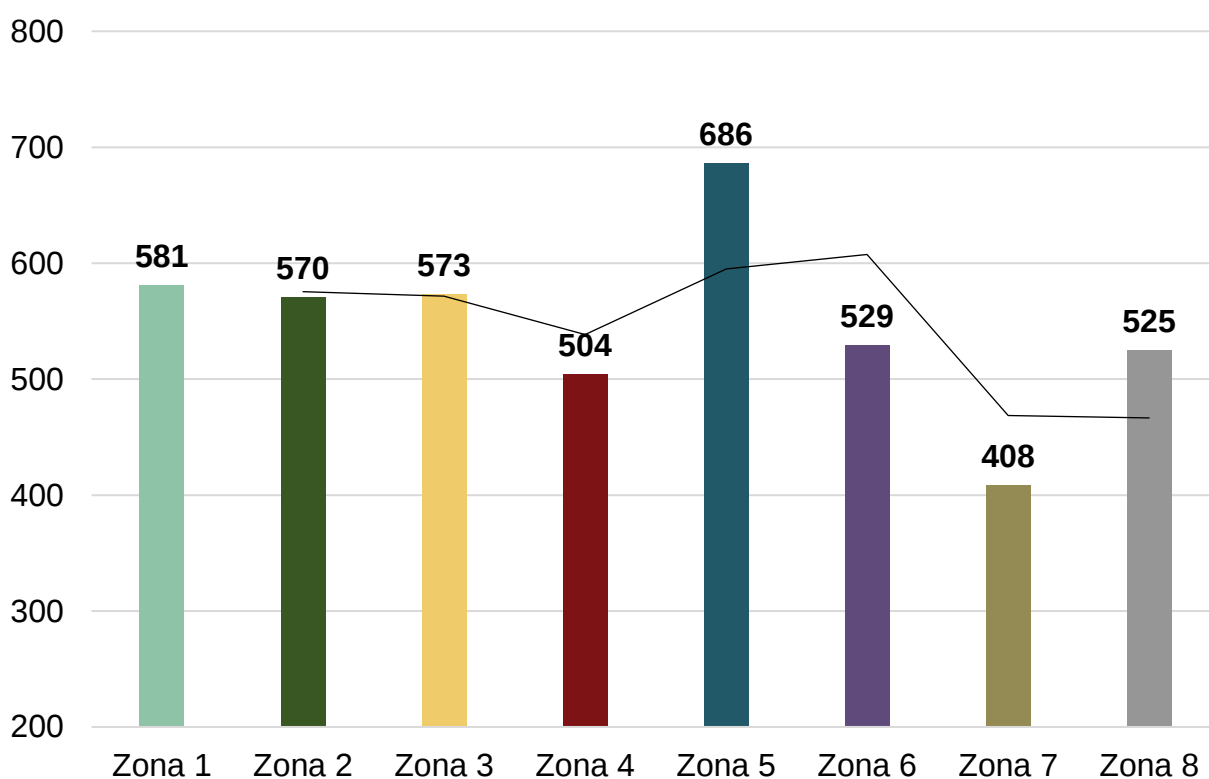
Fuente: Recaudo FNFP año 2019

En el año 2019 se realizaron 4.376 visitas, con lo cual se alcanzó un cumplimiento del 93,1% sobre la meta del año, realizando en promedio 46 visitas mensuales por asesor,

la meta establecida no se logró cumplir, debido a las incapacidades medicas que presentaron 2 asesores de recaudo y al retiro de 3 de ellos, no obstante, las metas de recaudo de la cuota e intereses fueron cumplidas satisfactoriamente.

Para un mayor control de la cuota de fomento, las visitas a los recaudadores se dirigen a identificar pagos pendientes de cuota de fomento, solicitando auxiliares de compra, que sí son entregados por los recaudadores se cruzan con la información de los reportes mensuales de recaudo, así como revisar las fechas de pago de la cuota para identificar el mes de recaudo correspondiente y si hay o no a lugar al cobro de intereses.

GRÁFICO 3. VISITAS REALIZADAS A RECAUDADORES AÑO 2019



Fuente: Recaudo FNFP año 2019

- **Gestión a nuevos recaudadores**

Objetivo específico 3: Identificar y registrar nuevos sujetos obligados al recaudo de la cuota parafiscal y hacer acompañamiento permanente a los recaudadores de la Cuota de Fomento a la papa.

Meta: Incrementar en un 20% el número de recaudadores nuevos para el año 2019. Crecimiento de la base de datos en 180 nuevos recaudadores para el año 2019.

TABLA 3. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO META DE NUEVOS RECAUDADORES AÑO 2019

META AÑO 2019	EJECUCIÓN AÑO 2019	DIFERENCIA	% CUMPLIMIENTO
180	263	83	146,1%

Fuente: Recaudo FNFP año 2019

En el año 2019 se incrementó la base de datos de recaudadores en 263, los dos nuevos asesores con los que se contó en esta vigencia y la redistribución de las zonas, permiten un mayor cubrimiento a nivel nacional, que se ve reflejado en el cumplimiento de este indicador.

Dentro de los resultados obtenidos, en el canal Fruver se logró un 36,5% del total de nuevos recaudadores, el canal Horeca un 33,5% y Central de Abastos y Comercializador el 23,6%. Dentro del seguimiento realizado para el cumplimiento de este indicador, se realizó seguimiento a:

Cadenas de restaurantes: Restaurantes que utilizan la papa como ingredientes dentro de sus preparaciones (comidas tradicionales y comidas rápidas), se realizó seguimiento mediante bases de datos de internet en las diferentes ciudades del país, dentro de ellos:

- Botanas S.A.S., PPC S.A., Cabrestero MG S.A.S, Restaurante La Casona Limitada, VFR Food S.A.S., La Nevera Roja SAS, Surtidora de Aves 22 DCB S.A.S., quienes ya se encuentran como recaudadores
- El Pórtico S.A.S., Grupo Sierra Nevada, Nativa y Gastronomía ORG S.A.S, The Pub, Inverleoka S.A.S, Inversiones Leal, Takami S.A., Grupo Artak S.A.S. y Artesanos restaurante, quienes no cumplen con el aporte parafiscal, a los cuales se les ha enviado comunicados y visitas de auditoria para lograr los pagos de la cuota de fomento.

Uniones Temporales: Como su nombre lo dice, son uniones de dos o más empresas o particulares para la adjudicación de un proyecto o de un contrato, que para este caso presentan los servicios de suministro de alimentos preparados mediante el sistema de contratación, dentro del Programa de Alimentación Escolar – PAE, Temporal Bucaramanga Social PAE 2019, Unión Temporal Alimentando América.

Industria: Pequeñas empresas que realizan de forma artesanal la transformación de la papa en chips o precocida congelada, se hace seguimiento mediante bases de datos de internet, comprando la cámara de comercio y realizando visitas por parte de los asesores, Monte Rojo, Marchello's, Alimentos y Congelados de Colombia S.A.S., Lonchiseda, Industrias Alimenticias Mister Tru S.A.S, Alimentos Delhi, Quybsa y Biodistribuciones Terra S.A.S.

Comercializadores: Comercializadores de papa, a los que se les realiza el seguimiento para evidenciar la obligatoriedad en el pago de la cuota de fomento, Huertos de la Sabana, y Fruvercol S.A.S.

TABLA 4. PARTICIPACIÓN POR ZONA DE NUEVOS RECAUDADORES AÑO 2019

ZONA	RECAUDADORES NUEVOS	% PARTICIPACIÓN	VALOR NUEVOS RECAUDADORES	% PARTICIPACIÓN
Zona 5	47	17,9%	\$69.092.567	31,3%
Zona 6	23	8,7%	\$44.500.368	20,1%
Zona 3	37	14,1%	\$30.707.085	13,9%
Zona 4	16	6,1%	\$29.120.513	13,2%
Zona 7	36	13,7%	\$18.187.151	8,2%
Zona 1	19	7,2%	\$13.810.233	6,3%
Zona 2	36	13,7%	\$10.669.481	4,8%
Zona 8	49	18,6%	\$4.850.860	2,2%
TOTAL	263	100,0%	\$220.938.258	100,0%

Fuente: Recaudo FNFP año 2019

El valor cancelado por los nuevos recaudadores representa el 4,0% del valor recaudado en el año 2019.

- **Identificación de consignaciones realizadas**

Objetivo específico 4: Realizar control eficiente que permita identificar cada una de las consignaciones realizadas por concepto de recaudo, así como su administración y contabilización, garantizando el correcto recaudo de la contribución parafiscal.

Meta: Identificar mensualmente el 98% de consignaciones realizadas por los recaudadores.

TABLA 5. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO META DE IDENTIFICACIÓN

No. TOTAL DE CONSIGNACIONES REALIZADAS	No. MÁXIMO DE CONSIGNACIONES SIN IDENTIFICAR (2%)	No. DE CONSIGNACIONES SIN IDENTIFICAR	% DE CONSIGNACIONES SIN IDENTIFICAR
9.314	186	34	0,36%

Fuente: Recaudo FNFP año 2019

En el año 2019, se identificaron el 99,6% de las consignaciones realizadas, el 0,36% no se ha identificado debido a la insuficiente información registrada en los formatos bancarios, así como por errores bancarios en el momento del registro del pago por parte de los recaudadores, el envío del procedimiento de consignación a cada uno de los recaudadores ha permitido que las consignaciones sin identificar disminuyan, de igual forma la información suministrada por los bancos en los cuales se maneja el recaudo.

El valor de las consignaciones sin identificar para el año 2019 asciende a \$4.017.169, de los cuales, \$2.731.898 corresponden a error en consignación de Unión Temporal AAA Alimentando a Bogotá 2018 e Iberoamericana de Alimentos y Servicios S.A.S., para lo cual se está realizando la verificación de acuerdo al procedimiento FNFP-P-RC-34 DEVOLUCIONES DE CONSIGNACIONES ERRÓNEAS y de vigencias anteriores por el valor de \$493.759, para un total de \$4.510.928.

- **Recaudo de intereses de mora.**

Objetivo específico 5: Fortalecer mediante herramientas tecnológicas el control del recaudo, para identificar los pagos extemporáneos de la cuota de fomento, la liquidación, cobro y pago de los intereses moratorios.

Meta: Recaudar en el año 2019 \$60.000.000 por intereses moratorios.

TABLA 6. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO META DE INTERESES AÑO 2019

META AÑO 2019	EJECUCIÓN AÑO 2019	DIFERENCIA	% CUMPLIMIENTO
\$60.000.000	\$81.999.576	\$21.999.576	136,7%

Fuente: Recaudo FNFP año 2019

En el año 2019 se recaudaron \$81.999.576 de intereses de mora, por pagos extemporáneos de la cuota de fomento, como por la identificación de valores adeudados.

En el año se realizó un seguimiento importante al cobro de los intereses de mora, así como a la identificación en el pago de estos, se ingresaron 385 registros por pago de intereses, resaltando los pagos realizados por los recaudadores: Compass Group Services Colombia S.A, Almacenes Éxito S.A., Productora y Comercializadora de Papa Sánchez y Calderón Ltda., Comercializadora Nacional S.A.S., Fundación Preservar Colombia, Alimso Catering Services S A, C.I Cítricos Agrosierra Ltda., Quintero Gomez Walter y Campo Vivo Negocio Social S.A.S, quienes aportaron el 74,8% del total de los intereses recaudados en el año 2019.

- **Seguimiento recaudadores renuentes.**

Objetivo específico 6: Aplicar y adelantar los procedimientos establecidos para solicitar autorizaciones de inspección de libros contables o conformidades en valores adeudados, para aquellos recaudadores renuentes al pago de la cuota parafiscal de la papa.

Meta: 8 recaudadores renuentes, realizando pago de la cuota de fomento.

Para dar cumplimiento con este objetivo se han enviado diferentes comunicados, así:

Comunicados de contacto

En el año 2019, fueron efectivamente entregados 33 comunicados de contacto, de los cuales 2 recaudan la cuota de fomento. El valor recaudado por estos es de \$975.071. De los 31 comunicados restantes, se continuó el proceso con visita por parte del asesor.

Primeros comunicados

De este tipo de comunicados, fueron efectivamente entregados 86 comunicados, de los cuales 23 ya recaudan la cuota de fomento. El valor recaudado por estos es de \$16.944.917. De los comunicados restantes, 26 se continuó el proceso con visita por

parte del asesor y 37 con el envío del segundo comunicado, así como el envío del segundo comunicado.

Segundos comunicados

De este tipo de comunicados, fueron efectivamente entregados 30 comunicados, de los cuales 10 ya recaudan la cuota de fomento. El valor recaudado por estos es de \$7.304.773. De los comunicados restantes, 4 se continuó el proceso con visita por parte del asesor y 16 con la solicitud de información.

Comunicado solicitud de información

En este año se realizó el envío de 46 comunicados de solicitud de información contable y reportes, de los cuales dieron respuesta 18 de ellos, con los cuales se ha logrado identificar los valores adeudados con lo que se adelanta el proceso de cobro y para aquellos que no entregan la información solicitada, se requiere el acompañamiento de la Auditoría Interna y la solicitud de exhibición de libros contables.

Comunicado de pago en mora sin valor identificado

En el año 2019, fueron efectivamente entregados 20 comunicados por el incumplimiento del traslado de la cuota de fomento, con los cuales se obtuvo el pago de 9 de ellos, Mercadería S A S por \$18.295.163, Arévalo Mancipe Yovanny por \$251.886, Asaderos La Gran Llanera Internacional S.A.S por \$322.800, Pacrico S.A.S. por \$400.000, Herrera Herrera Dora Nelcy por \$262.000, Empresa Colombiana de Papa S.A.S por \$396.000, Gonzalez Herrera Heinner Stid por \$112.000, por Pardo Guevara Leonardo Fabio \$1.500.450 y Ortega Pineda Yeny Patricia por \$490.000.

Comunicado de pago en mora con valor identificado

En el año 2019, fueron efectivamente entregados 16 comunicados a 12 recaudadores, por presentar mora en el pago de la cuota de fomento, estos comunicados incluyen los valores adeudados, así como el valor de los intereses causados a la fecha, la exigencia del pago y el procedimiento a continuar si no se realiza el pago, los recaudadores que realizaron los pagos: Depósito de Papa La Mina S.A.S. por \$4.711.030, García Díaz Vicente por \$ 2.344.665, Fundación Preservar Colombia por \$2.382.150, Inversiones Vaquita Express S.A.S por \$8.975.825, Hortalizas Boyacá S.A.S., por \$2.016.312 y Disfruto Ltda. por \$10.579.007.

Y los recaudadores, Supermercados Cundinamarca S.A. por \$44.352.055, Mora Urrea Uriel por \$14.456.466, Escuela Militar de Aviación Marco Fidel Suarez por \$664.080, Pampero S.A.S. por \$233.210, Marín Rodríguez Marleny \$1.061.316 y Millán Barragán Mari Luz por \$866.050, continúan su proceso para lograr el pago de los valores adeudados.

Pruebas anticipadas - exhibición de documentos

En el año 2019, ante la renuencia de algunos recaudadores en la entrega de información para la validación del correcto recaudo y pago de la cuota de fomento, fue necesario recurrir a acciones judiciales pertinentes, pruebas anticipadas – exhibición de documentos, libros de comercio y cosas muebles, para lograr la exhibición de los libros de contabilidad y soportes, en el mes de diciembre se radicaron 4 solicitudes para Supertiendas y Droguerías Olímpica S.A., Cruz Muñoz Rafael, Papa LP S.A.S y Salamanca Castañeda Gabriel.

Comunicado de solicitud de conformidad

En el año 2019, se remitieron a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN 5 recaudadores, solicitando la expedición de conformidad de los valores adeudados, Fundación Preservar de Colombia por \$4.882.123, Supermercados Cundinamarca S.A. por \$44.352.055, Mora Urrea Uriel por \$14.456.466, Depósito de Papa La Mina S.A.S. por \$4.711.030 y García Díaz Vicente por \$ 2.344.665.

El día 11 de junio fue entregada la solicitud de conformidad de la Fundación Preservar, quien realizó el pago de la deuda el día 24 de mayo \$2.000.000, 22 de agosto \$500.000 y el 27 de agosto \$2.382.150.

El día 19 de julio, mediante requerimiento ordinario, la DIAN, solicitó a los recaudadores García Díaz Vicente y Depósito de Papa La Mina S.A.S., soporte de pago de los valores adeudados, quienes entre los meses de septiembre y diciembre realizaron los pagos correspondientes.

Para los casos Supermercados Cundinamarca S.A. y Mora Urrea Uriel, la DIAN ha requerido mayor información, por lo cual se ha solicitado una mesa de trabajo, con el objetivo de especificar la información que es necesaria para la expedición de las conformidades, que al cierre de la vigencia 2019, no se ha obtenido respuesta.

Con el seguimiento realizado en el año 2019, se logró los pagos de los recaudadores, que se relacionan a continuación.

**TABLA 7. RECAUDADORES RENUENTES REALIZANDO PAGO DE
CUOTA DE FOMENTO**

RECAUDADOR	VALOR CANCELADO		
	CUOTA DE FOMENTO	INTERESES	TOTAL
Compass Group Services Colombia S.A.	\$ 33.077.172	\$ 26.318.664	\$ 59.395.836
Campo Vivo Negocio Social S.A.S	\$ 12.718.153	\$ 1.220.640	\$ 13.938.793
Disfruto Ltda.	\$ 10.576.007	\$ 1.190.263	\$ 11.766.270
Inversiones Vaquita Express S.A.S	\$ 8.975.825	\$ 334.681	\$ 9.310.506
Pasabocas Primavera	\$ 6.217.515	\$ 1.087.471	\$ 7.304.986
Depósito de Papa La Mina S.A.S.	\$ 4.711.030	\$ 749.676	\$ 5.460.706
Fundación Preservar Colombia	\$ 0	\$ 4.882.123	\$ 4.882.123
C.I. Cítricos Agrosierra LTDA.	\$ 2.017.783	\$ 2.229.984	\$ 4.247.767
García Díaz Vicente	\$ 2.344.665	\$ 254.652	\$ 2.599.317
Hortalizas Boyacá S.A.S.	\$ 2.016.312	\$ 290.920	\$ 2.307.232
TOTAL	\$82.654.462	\$38.559.074	\$121.213.536

Fuente: Recaudo FNFP año 2019

PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN

Para divulgar información del cumplimiento del recaudo de la cuota de fomento, en el año 2019 realizó la campaña “**¡CUMPLA CON LA LEY DE CUOTA DE FOMENTO!**”, dirigida a agricultores, intermediarios, comercializadores y recaudadores activos, morosos y potenciales. La información se ha publicado mediante piezas impresas:

IMAGEN 1. CAMPAÑA DE RECAUDO



Fuente: Recaudo FNFP

De igual forma se han realizado reuniones informativas para dar claridad a las dudas presentadas sobre el recaudo y pago de la cuota de fomento, su obligatoriedad y las sanciones por el incumplimiento de la Ley.

IMAGEN 2. REUNIÓN INFORMATIVA CORABASTOS



Fuente: Recaudo FNFP

El día 16 de octubre de 2019, se realizó reunión en el Auditorio de la Corporación de Abastos de Bogotá – Corabastos, contando con la asistencia de 41 comerciantes de papa, la Dra. Paula Garavito, directora del Fondo, el Dr. Héctor Villareal del MADR, el Dr. Andrés Garzón, Auditor Interno del FNFP, el ingeniero Camilo Niño, Director de Proyectos del FNFP, los asesores Ninfa Garzón y Jimmy Paipa, la Coordinadora de Recaudo, Catalina Gómez y la Administración de la Corporación.

Asimismo, se realiza divulgación en eventos que permitan llegar a establecimientos obligados a practicar la retención de la cuota de fomento, los días 18 y 19 de septiembre se participó en el X Congreso Nacional de Restaurantes en el Centro de Convenciones Ágora, de la ciudad de Bogotá.

IMAGEN 3. X CONGRESO NACIONAL DE RESTAURANTES



Fuente: Recaudo FNFP

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$487.085.947	\$426.392.125	87,54%
NOMINA	\$448.441.913	\$421.392.125	93,97%
HONORARIOS	\$38.644.034	\$5.000.000	12,94%
GASTOS GENERALES	\$297.442.079	\$231.879.980	77,96%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$30.484.000	\$28.737.709	94,27%
MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA	\$56.267.776	\$43.828.430	77,89%
MANTENIMIENTO	\$3.540.000	\$2.762.666	78,04%
SERVICIOS PÚBLICOS	\$14.876.220	\$11.935.612	80,23%
ARRIENDOS	\$13.629.600	\$13.629.600	100,00%
CORREO	\$5.640.000	\$5.280.551	93,63%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$111.666.219	\$81.027.512	72,56%
CAPACITACIÓN	\$12.121.376	\$10.477.610	86,44%
DIVULGACIÓN	\$16.990.006	\$15.935.116	93,79%
COMISIONES Y GASTOS BANCARIOS	\$30.000.000	\$16.782.341	55,94%
TRANSPORTES, FLETES Y ACARREOS	\$1.516.142	\$826.133	54,49%
COMPRA BASE DE DATOS	\$710.740	\$656.700	92,40%
TOTAL	\$784.528.027	\$658.272.105	83,91%

8.2. PROGRAMA: ESTUDIOS ECONÓMICOS

8.2.1. PROYECTO: SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y ESTUDIOS ECONÓMICOS DE LA CADENA AGROALIMENTARIA DE LA PAPA

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto se encamina en fortalecer y consolidar el Sistema de Información de la Papa actual, mediante la adquisición y acoplamiento de datos que alimenten series estadísticas (precios, costos de producción, áreas, producción, condiciones climáticas, comercio exterior, coyuntura económica, entre otras), transformando los datos en información difundida a través de los diferentes Boletines Económicos (Diario, Quincenal, Regional y Trimestral) y brindando las herramientas necesarias para la obtención de los costos de producción del cultivo (Cartillas de costos).

COBERTURA

Nacional.

OBJETIVO GENERAL

Recopilar, procesar, y divulgar información sobre variables de carácter económico, estadístico (precios, áreas, producción, comercio exterior, costos de producción, coyuntura económica, entre otras) y de la metodología de costos de producción, mediante el funcionamiento de un sistema de información que genere datos apropiados, veraces y confiables que faciliten la toma de decisiones en la cadena de la papa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo específico 1: Recolectar, registrar, consolidar y verificar datos sobre las distintas series estadísticas de la línea base.

Meta: Recopilar series estadísticas:

- Cincuenta y dos (52) registros semanales de precios.
- Dos (2) registros semestrales de área y producción de papa.
- Diez (10) registros mensuales de Comercio Exterior (Importaciones y/o exportaciones).
- Un (1) registro anual de costos de producción.
- Tres (3) registros trimestrales de variables macroeconómicas (PIB, Inflación, Tasa de Cambio).

TABLA 8. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA META

META 2019	EJECUCIÓN 2019	% CUMPLIMIENTO
Cincuenta y dos (52) registros semanales de precios.	Cincuenta y dos (52) registros semanales de precios.	100%
Dos (2) registros (semestrales) de área y producción de papa.	Dos (2) registros (semestrales) de área y producción de papa.	100%
Diez (10) registros (mensuales) de Comercio Exterior.	Once (10) registros (mensuales) de Comercio Exterior.	100%
Un (1) registro anual de costos de producción	Un (1) registro anual de costos de producción	100%
Tres (3) registros trimestrales de variables macroeconómicas (PIB, Inflación, Tasa de Cambio).	Tres (3) registros trimestrales de variables macroeconómicas (PIB, Inflación, Tasa de Cambio).	100%

Principales resultados:

El oportuno registro de las series estadísticas, anteriormente mencionadas permitió la publicación de 3 artículos en la Revista Papa. Esto se realizó por parte de Fedepapa en los meses de abril, agosto y diciembre que expone cifras del subsector en el 2019. Siendo los siguientes:

- Desempeño y Perspectivas Económicas del Subsector Papa 2018-2019.

• IMAGEN 4. REVISTA PAPA ED 47



Fuente: Revista Papa Ed. 47

- Costos de Producción (HA) del Subsector Papa 2018.

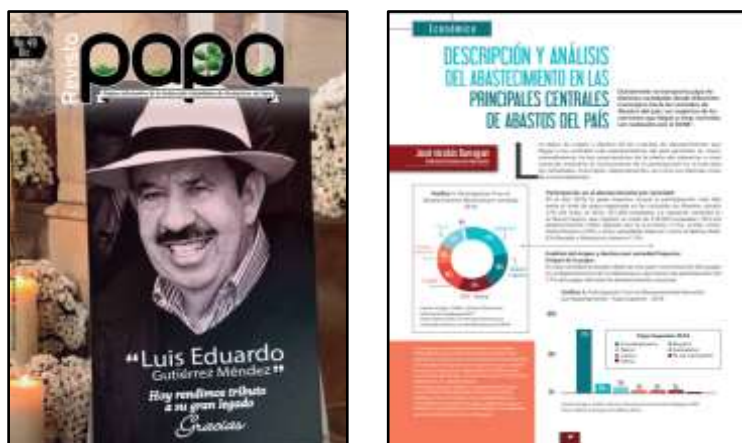
IMAGEN 5. REVISTA PAPA ED 48



Fuente: Revista Papa Ed. 48

- Descripción y Análisis del Abastecimiento en las Principales Centrales del País.

IMAGEN 6. REVISTA PAPA ED 49



Fuente: Revista Papa Ed. 49

Objetivo específico 2: Brindar información relevante, disponible, oportuna y confiable, mediante la publicación del Boletín Econopapa, que se envía a productores, entidades privadas, gubernamentales y academia.

TABLA 9. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA META

META 2019	EJECUCIÓN 2019	% CUMPLIMIENTO
Doscientos sesenta y cuatro (264) boletines de precios diarios	Doscientos sesenta y cuatro (264) boletines de precios diarios	100%
Veinticuatro (24) boletines Econopapa quincenales	Veinticuatro (24) boletines Econopapa quincenales	100%
Siete (7) boletines regionales	Siete (7) boletines regionales	100%
Tres (3) Informe de Coyuntura	Tres (3) Informe de Coyuntura	100%

Principales resultados:

- Boletín Diario

IMAGEN 7. BOLETÍN DIARIO



Fuente: Sistemas de Información FNFP

- En los boletines Econopapa:

TABLA 10. CUMPLIMIENTO BOLETINES ECONOPAPA QUINCENALES 2019

BOLETÍN ECONOPAPA	MERCADO NACIONAL	MERCADO INTERNACIONAL
Boletín No. 65	Áreas sembradas y Producción de papa disminuirán en el 2019 a causa del Fenómeno del Niño	Perú quiere apostarle a una mayor industrialización en el subsector papa
Boletín No. 66	Balance de Importaciones después del primer mes de medidas antidumping	Dificultades en la Industria de la Papa Frita en Europa
Boletín No. 67	Uso de semillas de mala calidad tuvo grandes costos en el sector agrícola en el 2018	China aprovecha bajón de papa europea aumentando importaciones
Boletín No. 68	El éxito de Asoagrotoca a dos años de su fundación	México mantiene decisión de impedir el ingreso de papa proveniente de Estados Unidos
Boletín No. 69	El Agro fue uno de los impulsores del aumento del desempleo en enero	Por déficit de producción, Bolivia aumentó su importación de papa peruana
Boletín No. 70	Por bloqueo de vías en el Cauca se encuentran represadas miles de toneladas de papa en Nariño	Semillas de baja calidad procedentes de Países Bajos dificultan la producción en Kenia
Boletín No. 71	Precios enero-marzo 2018-2019: balance blancas y criollas	Récord de crecimiento de la industria de papa en Bélgica para el 2018
Boletín No. 72	Agricultores en Boyacá lideran proyectos para mejorar productividad	Pepsico demandó agricultores de India por usar variedad patentada
Boletín No. 73	Los seguros en el subsector papa 2016-2018	Inauguran en Argentina fábrica de papas fritas pre congeladas

Boletín No. 74	Se dio inicio al programa Coseche y Venda a la Fija para beneficiar a agricultores colombianos	A pesar de la guerra comercial, las exportaciones de papa de Estados Unidos aumentan
Boletín No. 75	Comportamiento de las exportaciones enero- abril 2019	Gran sobreoferta afecta productores de papa en Bangladesh
Boletín No. 76	Calima, la empresa que le apuesta a las exportaciones de papa frita tipo chips	Perú con baja productividad a pesar de su gran producción de papa
Boletín No. 77	Mujeres colombianas inventaron bolsas hechas con papa Criolla en Boyacá	Honduras ha desarrollado variedades propias para mejorar los ingresos de productores
Boletín No. 78	Pepsico se consolida como el mayor productor de papas chips de Colombia	Nuevas cosechas amenazadas por las sequías en Europa
Boletín No. 79	Comportamiento de las importaciones en el primer semestre de 2018-2019	Las altas temperaturas en países bajos han disminuido la calidad de las papas
Boletín No. 80	Reducción del presupuesto nacional del agro para el año 2020 sería mayor al 20%	Las papas son una solución para reducir la desnutrición en Ruanda, África
Boletín No. 81	Comportamiento mensual del abastecimiento (ton) variedad Diacol Capiro en las principales centrales del país 2018-2019	Irán se enfoca en producción nacional de papa para abastecer la demanda nacional
Boletín No. 82	Comportamiento del precio al consumidor variedad Criolla Lavada 2018-2019	Francia ha alcanzado niveles récords en sus exportaciones de papa 2019
Boletín No. 83	Colombia asegura que medidas antidumping a papa precocida congelada interpuestas a países de la Unión Europea son justos	Las exportaciones de semillas de papa en Gran Bretaña pueden afectarse por impactos del Brexit
Boletín No. 84	Precio (ton) y abastecimiento (ton) de papa Superior a nivel nacional 2018-2019	Argentina desarrolla la primera papa transgénica que saldría al mercado en el 2020

Boletín No. 85	Origen y destino de la comercialización de las variedades Ica-Única y Betina del año 2019	Mccain realizará una gran inversión para la expansión de las instalaciones de su compañía en Canadá.
Boletín No. 86	Precio promedio de venta al consumidor en Cundinamarca y Boyacá de papa Tuquerreña 2018-2019	Los precios de las papas rojas se recuperan gracias a la gestión de Lonja de León en España
Boletín No. 87	Créditos Finagro otorgados para papa en el 2019 por clasificación	Se aprobó acuerdo entre Japón y Estados Unidos para el comercio de papas
Boletín No. 88	Área, producción y rendimiento proyectado para el año 2020	El buen clima es clave para la producción de papa en China

IMAGEN 8. BOLETÍN QUINCENAL No. 88



Fuente: Sistemas de Información FNFP

- En los boletines regionales:

IMAGEN 9. BOLETINES REGIONALES - CUNDINAMARCA, BOYACÁ – NARIÑO – ANTIOQUIA – SANTANDERES – TOLIMA Y NACIONAL





Fuente: Sistemas de Información FNFP

- Informe de coyuntura:

IMAGEN 10. INFORME TRIMESTRAL DE COYUNTURA



Fuente: Sistemas de Información FNFP

Objetivo específico 3: Evaluar la pertinencia de los temas presentados en los Boletines Econopapa, así como la difusión de éstos a los usuarios finales de la información.

TABLA 11. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA META

META 2019	EJECUCIÓN 2019	% CUMPLIMIENTO
Ochenta (80) evaluaciones a usuarios de los boletines enviados	Ochenta y dos (84) evaluaciones a usuarios de los boletines enviados	105%

Principales resultados:

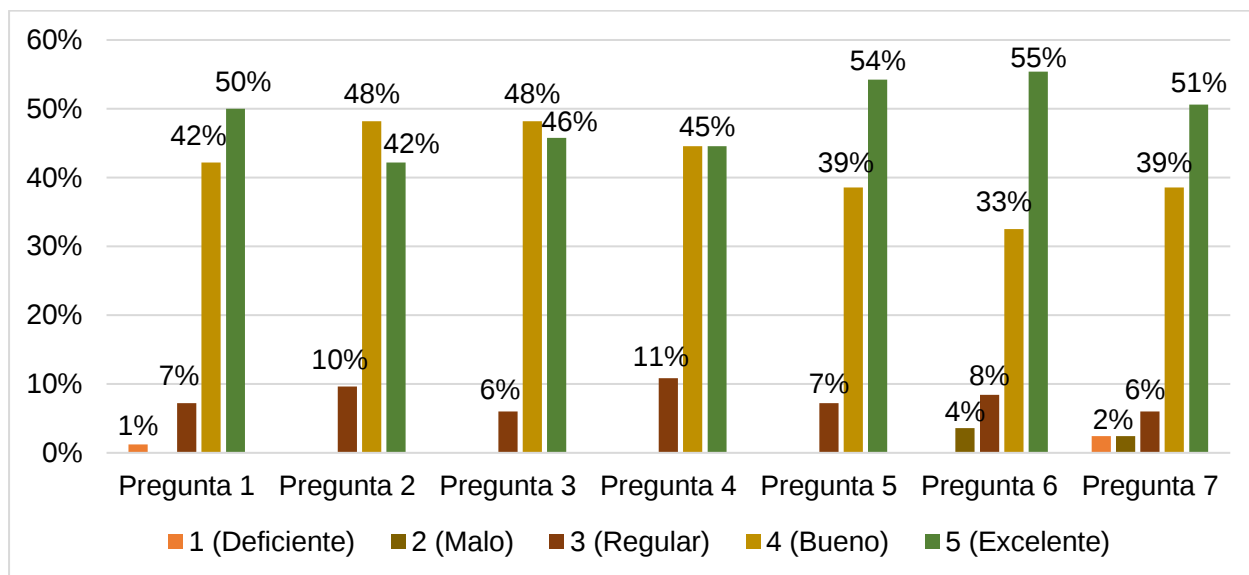
- La encuesta semestral de los boletines fue diligenciada por personal administrativo Fedepapa-FNFP, recaudadores, productores y público en general. Se realizaron 8 preguntas a los usuarios de los boletines:
1. *La calidad de la información presentada en los Boletines Económicos enviados durante el presente año es:*
 2. *El diseño de los Boletines Económicos es:*
 3. *Los temas desarrollados en la noticia nacional del Boletín Econopapa Quincenal son:*
 4. *Los temas desarrollados en la noticia internacional del Boletín Econopapa Quincenal son:*
 - *La calidad de la información del hecho reciente del Boletín Econopapa Quincenal es:*
 - *El horario de envío del Boletín de Precios Diarios es:*
 - *La presentación y el contenido de los Informes de Coyuntura trimestrales son:*
 - *Qué otros temas adicionaría usted a los boletines*

Las respuestas fueron las siguientes:

- El 92% de los encuestados cree que la calidad de la información presentada en los Boletines Económicos es buena o excelente.

- El 90% de los encuestados piensa que el diseño de los Boletines Económicos es bueno/excelente.
- El 94% de los participantes cree que la noticia nacional del Boletín Econopapa tiene temas buenos/excelentes.
- El 90% consideró que los temas expuestos en la noticia internacional son buenos/excelentes.
- El 93% piensa que la calidad del Hecho Reciente del Boletín Econopapa quincenal es bueno o excelente.
- El 88% de los encuestados cree que el horario de envío del Boletín de Precios Diarios es bueno/excelente.
- El 90% de las personas que contestaron la encuesta consideran que la presentación y el contenido del Informe Coyuntural es bueno o excelente.

GRÁFICO 4. RESULTADOS ENCUESTA DE BOLETINES ECONÓMICOS



Fuente: Sistemas de Información FNFP

- En la pregunta 8, algunas de las respuestas más comunes se refirieron a:
 1. Información con avances tecnológicos, científicos.
 2. Datos históricos o curiosos de la papa.
 3. Sondeos y fechas de siembra o cosecha por municipio.
 4. Costo de insumos agrícolas.
 5. Beneficios de FNFP para el campesino
 6. Indicar lugares donde se consigue las variedades de semilla certificada y básica.
- Los boletines económicos del FNFP son enviados mediante una plataforma virtual, que presta un servicio de envío de correos masivos. Durante el año 2019 se agregaron 1048 destinatarios, compuestos por: recaudadores (72%), productores (14%), personal administrativo (7%), industria, casas comerciales y público en general (7%).
- A lo largo del semestre, se ha logrado una divulgación diaria del 30% del total de correos inscritos, es decir, un promedio de 255 personas diariamente abre los mensajes enviados por Fedepapa-FNFP que contienen los boletines económicos. Actualmente, se está trabajando en aumentar los indicadores de divulgación, ya que la plataforma adquirida tiene capacidad para 2.500 contactos que tengan correo electrónico.

OTRAS ACCIONES

PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DEL PROYECTO

Las actividades del proyecto se han divulgado a través de:

- Boletines informativos Econopapa, dirigidos a productores, recaudadores y público en general.

- Artículos en la revista Papa publicada por el administrador.
- Cartilla institucional: se realizó una publicación en la cartilla informativa donde se muestran los alcances del Fondo Nacional de Fomento de la Papa.

IMAGEN 11. DIVULGACIÓN PROYECTO SISTEMAS DE INFORMACIÓN CARTILLA INSTITUCIONAL



9

Sistemas de Información y Estudios Económicos de la Cadena Agroalimentaria de la Papa

El sistema de información de la papa tiene como objetivo divulgar información sobre la realidad del subsector (precios, costos de producción, áreas, rendimientos, producción, condiciones climáticas, comercio exterior, coyuntura macroeconómica) con el fin de facilitar la toma de decisiones de los integrantes de la cadena agroalimentaria y productiva de la papa.

Diario	Quincenal	Mensual	Trimestral
BOLETÍN ECONOPAPA No. 48	BOLETÍN ECONOPAPA No. 48	BOLETÍN MENSUAL REGIONAL No. 01	INFORME TRIMESTRAL DEL SUBSECTOR PAPA 1 TRIMESTRE 2019
Divulgar los precios pagados al productor y al comercializador de papa en las principales centrales del país	Exponer la actualidad económica del subsector a nivel nacional e internacional	Entregar información sobre áreas de producción, rendimientos y costos de las zonas productoras a nivel nacional. En cada publicación se aborda un departamento	Informa de manera general las cifras macroeconómicas del país y del subsector papa

Si deseas recibir los Boletines Econopapa en tu correo escríbenos a: economistafnfp@fedepapa.com

Fuente: FNFP

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$50.489.894	\$49.451.987	97,94%
NOMINA	\$50.489.894	\$49.451.987	97,94%
GASTOS GENERALES	\$22.747.200	\$13.151.391	57,82%
MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA	\$8.817.200	\$6.809.291	77,23%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$1.140.000	\$1.139.244	99,93%
MANTENIMIENTO	\$30.000	\$30.000	100,00%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$8.200.000	\$814.956	9,94%
IMPRESOS Y PUBLICACIONES	\$4.000.000	\$4.000.000	100,00%
CAPACITACIÓN	\$80.000	\$80.000	100,00%
TRANSPORTE, FLETE Y ACARREO	\$480.000	\$277.900	57,90%
TOTAL PRESUPUESTO	\$73.237.094	\$62.603.378	85,48%

CONTRAPARTIDA FEDEPAPA

ÍTEM	CONTRAPARTIDA	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$35.397.295	\$35.397.295	100,00%
NOMINA	\$35.397.295	\$35.397.295	100,00%
GASTOS GENERALES	\$29.259.267	\$29.259.267	100,00%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$29.259.267	\$29.259.267	100,00%
TOTAL PRESUPUESTO	\$64.656.562	\$64.656.562	100,00%

8.3. PROGRAMA: INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

8.3.1. PROYECTO: IMPLEMENTACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA EN EL SECTOR PRODUCTIVO PAPA “ITPA”

DESCRIPCIÓN GENERAL

Realizar acciones de innovación y transferencia de tecnología propendiendo por el fortalecimiento del trabajo de las asociaciones, a través del aumento de la productividad de los cultivos, parametrización de costos de producción, esquemas de producción más limpia con un uso eficiente del agua y extensión rural.

COBERTURA

Nacional en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia, Santander, Norte de Santander y Distrito Capital.

OBJETIVO GENERAL

Generar herramientas de transferencia de tecnología que propendan por el mejoramiento continuo del subsector papa, las cuales contribuyan a la apropiación de la tecnología conllevando a un aumento la productividad y rentabilidad de cultivo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo específico 1: Contar con un equipo técnico especializado conformado por 14 extensionistas en el sistema productivo papa.

Meta: Selección y contratación de un (1) director de proyecto, catorce (14) extensionistas y un (1) asistente administrativo.

TABLA 12. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL VIGENCIA 2019

INDICADOR	META ANUAL	EJECUCIÓN ANUAL	% CUMPLIMIENTO
# Director contratado	1	1	100%
# Asistente administrativo contratado	1	1	100%
# Extensionistas contratados	14	13	92%

Los 14 extensionistas iniciaron con un contrato de prestación de servicios del 08 de enero hasta el 22 de febrero de 2019, como objeto de identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento en la zona asignada, tomando como base el formato FNFP-F-RC-31-56 Reporte mensual consolidado del área de recaudo, en el cual los recaudadores consignan la información a el vendedor de la papa y su departamento de origen. Con esta base de datos los extensionistas buscaron en los diferentes eslabones de la cadena (transportadores, intermediarios, centrales de abastos, fruver), el origen de dicha papa que pago cuota de fomento en la vigencia 2018- 2019. En el caso de productores de papa de industria se realizaron reuniones con las diferentes empresas que reportan el pago de la cuota de fomento para identificar a productores y asociaciones que estuvieran dispuestas a vincularse en el proyecto de extensión rural.

Esta actividad se realizó dando cumplimiento al hallazgo de Contraloría General de la República, que indicaba que solo se podían beneficiar de extensión rural productores aportantes de cuota de fomento. La divulgación se realizó por la página web, invitación

a asociaciones de productores y recaudadores activos. Con los registros del reporte mensual consolidado, se validaron a nivel nacional 3.204 aportantes de los cuales el 64% estaban en las zonas de producción (Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia y Santanderes). Con las visitas se pudo obtener 1.874 productores potenciales para ser beneficiarios del proyecto ITPA, de los cuales fueron seleccionados 1.040.

TABLA 13. VALIDACIÓN DE PRODUCTORES SELECCIONADOS VIGENCIA 2019

APORTANTES NACIONAL*	APORTANTES DEPARTAMENTOS**	PRODUCTORES RELACIONADOS POR APORTANTES	TOTAL PRODUCTORES APORTANTES	APORTANTES CONTACTADOS	PRODUCTORES POTENCIALES	PRODUCTORES A SELECCIONAR
3.204	2.051	2.603	4.683	3.590	1.874	1.040

* Base de datos recaudo

** Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia y Santanderes

Con los productores seleccionados, por cada extensionista se realiza contratación a término fijo del 12 de marzo hasta el 16 de diciembre de 2019. En comparación con la vigencia 2018 que se contaba con un equipo técnico de 25 profesionales, se realizó una reducción del 44% debido a los cambios en la selección de productores beneficiados cumpliendo con el plan de mejoramiento de la Contraloría General de la República. Adicionalmente a la reducción del equipo técnico en campo, una de las profesionales por estar en estado de embarazo realizó actividades administrativas durante la vigencia.

En el inicio del proyecto se programó una capacitación que se realizó por departamentos (Cundinamarca, Boyacá y Santander), Bogotá 22-26 de abril, (Nariño) Pasto 7-10 mayo y (Antioquia) Rionegro 22-23 mayo. Esto con el fin de realizar una inducción al equipo técnico de las temáticas del proyecto ITPA 2019, contextualizar los proyectos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa que serán ejecutados y así poder divulgar esta información en los eventos técnicos durante la vigencia.

En la capacitación anual se trataron temas: Directrices 2019 FEDEPAPA– FNFP, situación del Sector, Recaudo Cuota de Fomento, Campaña Consumo, Implementación

y transferencia de tecnología en el Sector Productivo Papa “ITPA, Análisis Proyecto ITPA vigencia 2018, Inducción teórico - práctica aplicativo WEB SIMA, Taller Formatos costos de producción y precios, Función y gestión Auditoria, GBP Audit S.A.S.

Objetivo específico 2. Brindar el servicio de extensión rural a 5.630 productores de papa (1.040 directos y 4.590 impactados con divulgación), para lograr un incremento en la productividad, el mejoramiento de la calidad, la disminución de costos de producción, apoyados en herramientas modernas de gestión de información (TICs).

Meta:

INDICADOR	META
Selección de productores	1.040
Número de visitas a productores	8.710
Parcelas demostrativas	26
Días de campo	104
Productores impactados	3.480

**TABLA 14. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
PRODUCTORES SELECCIONADOS VIGENCIA 2019**

INDICADOR	META ANUAL	EJECUCIÓN ANUAL	% CUMPLIMIENTO
# de productores con procesos de extensión rural	1.040	960	92%

El porcentaje de cumplimiento de este indicador, fue del 92% debido al cierre de la zona oriente de Cundinamarca por las fuertes lluvias de los meses de marzo, abril y mayo con el cierre de la vía de acceso. Esto conllevó a que los productores tomaran la decisión de correr sus siembras para el segundo semestre en los meses de septiembre y octubre, lo que hacía imposible el proceso de extensión rural y la continuación del extensionista de esta zona.

PERFIL DEL PRODUCTOR

Los agricultores líderes seleccionados cuentan con características del segmento de productores visionarios o empresariales, dispuestos establecer mecanismos de validación de costos de producción. Aceptar el proceso de extensión rural y realizar las prácticas agronómicas que de común acuerdo se establezcan con el extensionista para el buen funcionamiento del cultivo sirviendo de multiplicador de la tecnología al interior de su comunidad.

**TABLA 15. DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTORES
SELECCIONADOS POR DEPARTAMENTO**

DEPARTAMENTO	PRODUCTORES SELECCIONADOS POR EXTENSIONISTA	NÚMERO DE EXTENSIONISTA EN CAMPO	PRODUCTORES TOTALES
Boyacá	80	4	320
Cundinamarca	80	3	240
Nariño	80	3	240
Antioquia	80	1	80
Santander y Norte de Santander	80	1	80
SUBTOTAL		12	960

Fuente: Registro consolidado de usuarios extensionistas FNFP-FEDEPAPA

De acuerdo con esta validación esta fue la distribución que se tiene por departamentos, en el caso de Boyacá una extensionista se encuentra en estado de embarazo y está realizando actividades administrativas por lo cual no tiene productores asignados. Es de resaltar que no fue posible realizar esta acción en los departamentos de Cauca y Tolima.

HERRAMIENTAS DE TRANSFERENCIA

1. VISITAS A CAMPO

TABLA 16. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO VISITAS A PRODUCTORES

INDICADOR	META ANUAL	EJECUCIÓN ANUAL	% CUMPLIMIENTO
# de visitas realizadas a productores líderes	8.320	7.680	92

El objetivo es implementar una herramienta de transferencia de tecnología en el marco de la metodología de extensión rural, involucrando al productor en el aprender haciendo, evaluando los resultados de una manera cuantitativa y entendiendo su modelo productivo en una relación costo-beneficio. Este instrumento ayuda a promover el desarrollo económico y social de las comunidades rurales, es un proceso de capacitación constante, resaltando la relación y comunicación recíproca del profesional con los productores del sector productivo papa.

IMAGEN 12. VISITAS TÉCNICAS BENEFICIARIOS DE BOYACÁ



Fuente: FNEP

En la primera visita a la finca se hace imperativo seleccionar unidades productivas (área de producción de agricultor) que aún no se hayan sembrado, seleccionando lotes que cuenten con características de productividad por su entorno agroecológico, acordes con la variedad a seleccionar (Diacol Capiro, Criollas, Tuquerreña, Superior, Betina, Punto azul, Ica Nevada, Ica Única, Pastusa Suprema y Parda Pastusa entre otras), el uso y el nicho de comercialización del producto final en virtud del manejo más adecuado con los parámetros anteriormente descritos.

Se analizan las características físicas por medio de la evaluación organoléptica del predio; las características físicas como textura, estructura, profundidad y tipo de suelo, obteniendo las bases para el tipo de mecanización óptima con la que se preparará el suelo para su posterior siembra. Se realizará la toma de una muestra de suelos, con la cual una vez se tengan los resultados se elaborará un plan de fertilización óptimo que incluya elementos como N, P, K, Mg, Ca, S y elementos menores, se incluye aplicación de enmiendas (de ser necesario). Además de estos parámetros se debe recalcar la cantidad, grado y época de aplicación del producto al beneficiario.

IMAGEN 13. BROTACIÓN DE SEMILLA CERTIFICADA



Fuente: FNFP

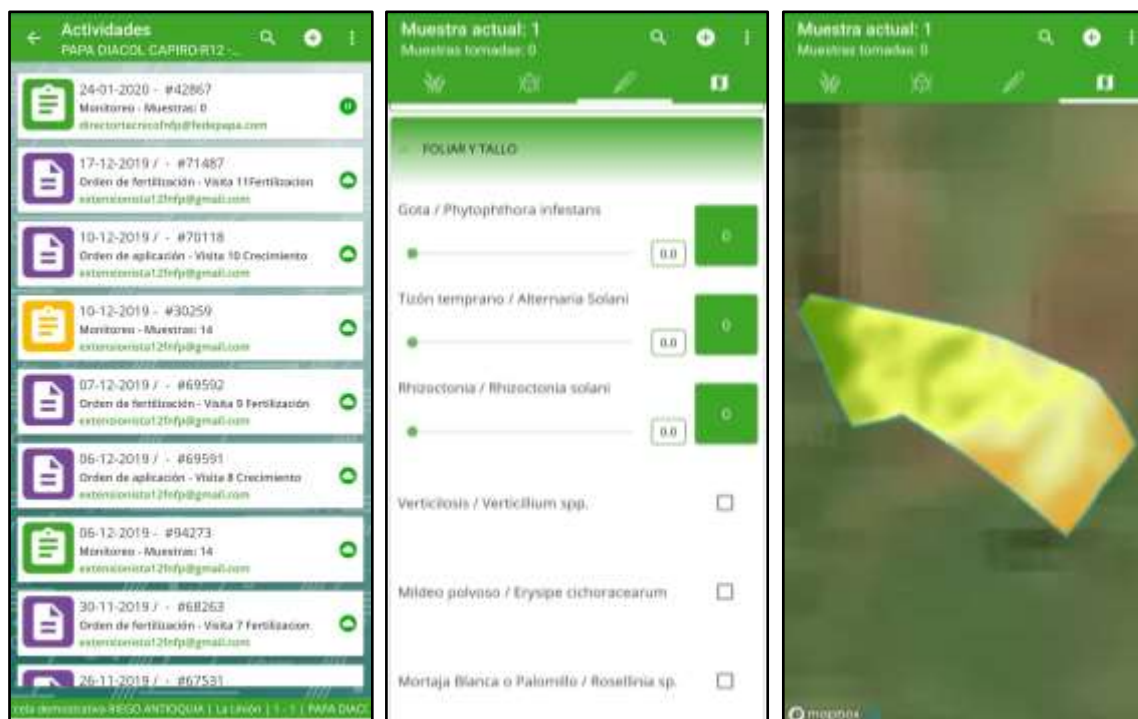
El objetivo de las visitas está enmarcado en la fisiología del cultivo acorde a los días transcurridos desde la siembra (DDS). Dependiendo del estado fenológico de la planta se deberá realizar monitoreo de plagas y enfermedades y orden de aplicación tanto en la aplicación SIMA, como al productor según lo observado.

Adicionalmente, en etapas iniciales del cultivo se tiene como objetivo identificar los siguientes parámetros:

- Número de tallos por planta (4 a 7 promedio)
- Desarrollo foliar (3 a 4 IAF)
- Tuberización (diámetro de tubérculos entre 2-4 cm)
- Deficiencias nutricionales (evaluación visual)
- Cateo de 10 plantas del lote.

Todas las actividades que se registran en la plataforma, pueden ser utilizadas por el productor como un libro de campo, debido a que se consignan en forma cronológica los avances de cada actividad desarrollada en el cultivo. Puede comparar diferentes imágenes satelitales con el estado fisiológico de las plantas y diferenciar los puntos críticos del cultivo.

IMAGEN 14. SEGUIMIENTO TÉCNICO DE MONITOREO CON LA PLATAFORMA EN CAMPO



Fuente: FNFP

IMAGEN 15. EVALUACIÓN DE TALLOS POR PLANTA



Fuente: FNFP

En estados fenológicos más avanzados, se evalúan 10 plantas con el objetivo de identificar parámetros como:

- Número de tubérculos (25 a 35 por planta)
- Tamaño por calidades (80% en las calidades comerciales cero, gruesa y primera)
- Peso de los tubérculos por planta (1.5 a 2 kg)
- Evaluación fitosanitaria (Tecia solanivora, Premnotrypes vorax, Naupactus sp, Spongospora subterránea, Rhizoctonia solani, streptomyces)

IMAGEN 16. CATEO DE PRODUCCIÓN LOTE PRODUCTOR BENEFICIARIO SOACHA



Fuente: FNFP

Con esta información se realiza el cálculo de rendimiento Ton/Ha por calidades (cero, gruesa, primera, segunda, riche y descarte).

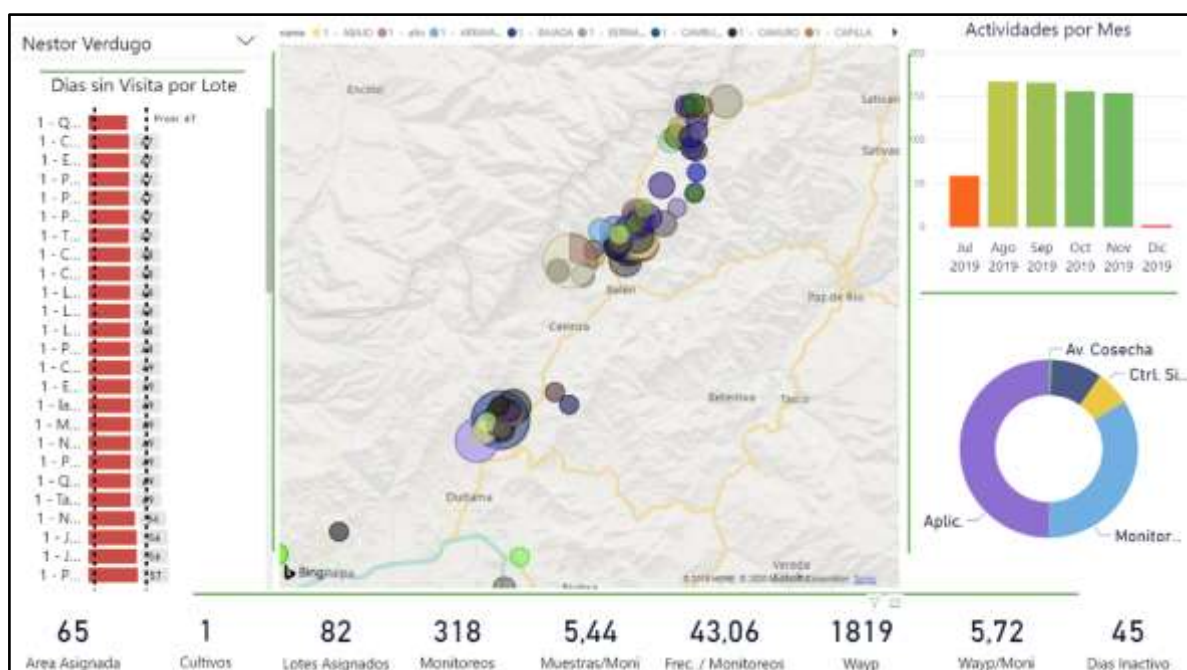
2. PLATAFORMA DE SEGUIMIENTO SIMA

En el desarrollo de las visitas a los productores seleccionados, se comenzó a implementar una plataforma digital, donde se lleva el registro en tiempo real del avance del proyecto finca a finca y consolidando reportes de áreas, visitas, manejos agronómicos detallados. A medida que la información es más robusta se generan informes de

epidemiológicos de los lotes asistidos. Este manejo permite tener una trazabilidad en el tiempo del manejo de los cultivos por zonas y variedades. Lo que conlleva a un manejo técnico cultivo involucrando las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs).

Esta herramienta permite, generar informes de cada extensionista, donde resalta en el mapa la distribución geográfica de cada uno de sus productores, número de actividades realizadas en promedio por meses o trimestres. La frecuencia en promedio de las visitas y la actividad que se realizó en el lote.

IMAGEN 17. VISITAS Y DISTRIBUCIÓN DE USUARIOS POR EXTENSIONISTA PLATAFORMA SIMA



Fuente: FNFP

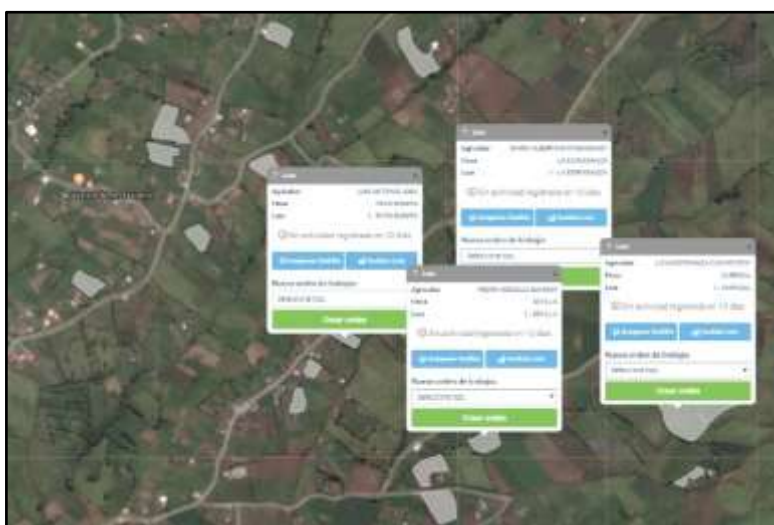
IMAGEN 18. INDICADORES DE SEGUIMIENTO PLATAFORMA SIMA



Fuente: FNFP

Esta herramienta permite realizar un seguimiento al equipo técnico en campo, lo cual genera una mitigación en el riesgo de la veracidad de cada visita y actividad desarrollada en campo por los extensionistas del FNFP.

IMAGEN 19. SEGUIMIENTO POR LOTES PLATAFORMA SIMA



Fuente: FNFP

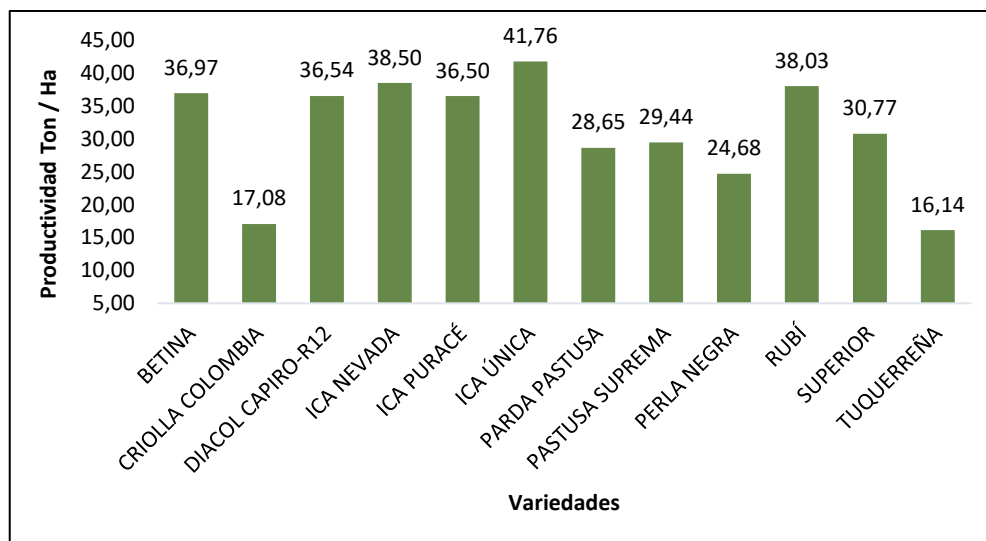
Para la vigencia 2019 se realizó seguimiento a 960 productores con un área total de 993 ha, lo que genera un promedio de finca asistida de 0.9 ha validando el impacto de ITPA 2019 en los productores pequeños del sistema productivo papa. Adicionalmente se registran las variedades utilizadas por los productores, pero en el 95% de los casos es semilla no certificada.

TABLA 17. ÁREAS Y VARIEDADES DE LOS PRODUCTORES VIGENCIA 2019

VARIEDAD	HECTÁREAS
BETINA	18
CRIOLLA COLOMBIA	78
DIACOL CAPIRO-R12	294
ICA NEVADA	1
ICA PURACÉ	4
ICA ÚNICA	21
PARDA PASTUSA	14
PASTUSA SUPREMA	18
PERLA NEGRA	1
RUBÍ	29
SUPERIOR	513
TUQUERREÑA	2
TOTAL	993

En cuanto a la productividad promedio de los lotes impactados con extensión rural, se obtuvieron rendimientos de 31.26 ton /ha en el promedio de todas las variedades, cifra que está un 45% por encima del promedio nacional estimado por el Concejo Nacional de la papa (CNP, 2019) de 21.5 ton /ha. Este resultado genera un impacto positivo en los productores impactados, donde la transferencia de tecnología mediante visitas a finca por parte del profesional, análisis de suelos con recomendaciones nutricionales por variedad y MIPE incrementan la productividad lo cual es el objetivo del proyecto ITPA.

GRÁFICO 5. PROMEDIO DE PRODUCTIVIDAD POR VARIEDAD VIGENCIA 2019



Fuente: FNFP

3. ANÁLISIS DE SUELO

El análisis de suelo es una práctica poco usual en los agricultores de papa, esto genera dificultades en el proceso de nutrición del cultivo, debido a que no se tienen datos físico-químicos específicos del suelo antes de la siembra, que influyen en la productividad y que deben estar enfocados dependiendo la variedad y la zona.

Por tal motivo se abrió una convocatoria de 11 al 15 de marzo de 2019 participar en la contratación de la compra de 1.071 análisis de suelos completo en fase intercambiable, a través de la página web del administrador FEDEPAPA www.fedepapa.com. En la cual, se seleccionó al laboratorio Agrilab por factores como: valor agregado, valor de la propuesta, tiempos de entrega y logística.

Los parámetros a evaluar fueron: pH, textura, bouyoucos, materia orgánica, nitrógeno, fósforo, potasio, calcio, magnesio, sodio, aluminio (en suelos ácidos), hierro, cobre, manganeso, zinc, boro, azufre, capacidad de intercambio catiónico efectiva, relaciones catiónicas (Ca/Mg, Ca/K, Mg/K y (Ca+Mg) /K, y porcentajes de saturación de bases.

A cada productor se le hace entrega del resultado del análisis de suelos, con su respectiva recomendación en relación a la variedad y destino de mercado del cultivo que está siendo objeto de seguimiento.

IMAGEN 20. TOMA DE MUESTRA DE SUELO POR EL PRODUCTOR



Fuente: FNFP

TABLA 18. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO MONTAJE DE PARCELAS DEMOSTRATIVAS VIGENCIA 2019

INDICADOR	META ANUAL	EJECUCIÓN ANUAL	% CUMPLIMIENTO
# de parcelas montadas	26	26	100%

Fuente: Extensionistas FNFP-FEDEPAPA

Este indicador para la vigencia 2019 en su ejecución sufrió varios cambios, debido a la disponibilidad de semilla certificada para el primer semestre de 2019. Siendo este un insumo importante para el desarrollo de las parcelas, como metodología de extensión rural con los productores en campo. No obstante, se le presento a la Junta Directiva (Acta No 26 del 24 de septiembre de 2019), la opción de compra de semilla certificada para el montaje de las parcelas para el último trimestre de la vigencia, logrando esta aprobación para sembrar las parcelas demostrativas en los meses de octubre y noviembre quedando

pendiente el cierre de estas en la vigencia 2020 en cuanto a productividad y costos de producción.

IMAGEN 21. PARCELA DEMOSTRATIVA NARIÑO



Fuente: FNEP

TABLA 19. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DÍAS DE CAMPO VIGENCIA 2019

INDICADORES	META ANUAL	EJECUCIÓN ANUAL	% CUMPLIMIENTO
# días de campo	104	82	78%
# productores impactados	3.120	2.410	77%

Con la siembra en el último trimestre del año la ejecución del indicador llego al 78%. No obstante, dentro de las estrategias de transferencia de tecnología los días de campo, integran los resultados del método con la interacción del productor en los temas a transferir con la actividad. Los temas a tratar relacionados con labores y factores que comprenden el manejo de un cultivo de papa, (siembra, aporque, floración y cosecha) fueron una herramienta eficaz para los extensionistas para el impacto en los productores beneficiados.

IMAGEN 22. DÍA DE CAMPO PARCELA DEMOSTRATIVA BOYACÁ



Fuente: FNFP

Las actividades están enmarcadas en los siguientes temas abordar con lo productores, para generar un impacto en las falencias más representativas del sistema productivo:

- Análisis de Suelos y plan de fertilización
- Técnicas de mecanización y conservación de suelos
- Semillas certificadas ventajas y potencialidades
- Nutrición mineral en el cultivo de la papa
- Uso y manejo adecuado de productos fitosanitarios en el cultivo de papa
- Manejo integrado de enfermedades
- Manejo integrado de plagas
- Nematodos, rhizoctonia e importancia de análisis microbiológico
- BPA's en el cultivo de papa
- Costos de producción en el cultivo de papa
- Fortalecimiento empresarial mediante la asociatividad

Esta metodología es utilizada también como mecanismo de divulgación del Fondo Nacional del Fomento de la Papa, enfatizando en el aporte del 1% que hace el productor

al momento de la venta de su papa y la inversión anual que realiza el FNFP con estos recursos. La programación de esta actividad se reporta a la dirección del proyecto, 5 días antes de terminar cada mes para su posterior publicación en la página web.

4. Fumigación con drones

En 7 parcelas demostrativas (2 Cundinamarca, 2 Boyacá, 2 Antioquia y 1 Nariño) se realizaron aplicaciones fitosanitarias con dron, para evaluar la eficacia y eficiencia de esta tecnología frente al manejo tradicional que hace el agricultor.

IMAGEN 23. DÍA DE CAMPO TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA CON DRONES DE FUMIGACIÓN



Fuente: FNFP

IMAGEN 24. EVALUACIÓN DE APLICACIÓN CON DRON



Fuente: FNFP

Este manejo es de relevancia en cuatro ámbitos del sistema productivo papa, con relación a la aplicación tradicional con equipos como estacionaria o bomba de espalda:

- **Costo de la aplicación:** -34% del valor por hectárea aplicado
- **Impacto ambiental:** -95% de agua necesaria para la aplicación y dosis de productos químicos en base a el área fumigada.
- **Impacto en el productor:** menor exposición a productos de síntesis química
- **Mano de obra:** solución de la dificultada en la disponibilidad de mano de obra

El uso de estas tecnologías innovadoras se valida desde los puntos de vista técnico, económico, ambiental y los resultados de estos análisis son transferidos a los agricultores en los días de campo y en las capacitaciones programadas para el impacto a los productores.

Objetivo específico 3. Implementar, validar y transferir tecnología a productores de papa sobre un sistema de riego en los departamentos de Boyacá, Cundinamarca, Nariño y Antioquia.

TABLA 20. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO MONTAJE DE PARCELAS DEMOSTRATIVAS CON RIEGO VIGENCIA 2019

INDICADORES	META ANUAL	EJECUCIÓN ANUAL	% CUMPLIMIENTO
# parcelas montadas con riego	4	4	100

Este indicador tiene una ejecución del 100% en sus montajes, no obstante, por disponibilidad de semilla certificada y cambios en los valores de los equipos por motivos de diseño y valores cotizados en el mes de febrero, se llevaron a cabo en el último trimestre del año con la debida aprobación de la Junta Directiva (Acta No 26 del 24 de septiembre de 2019).

En la implementación de las parcelas demostrativas de riego, se realizó evaluación de diferentes lotes a nivel nacional, levantando información necesaria para el diseño por parte de la empresa de riego, en las cuales se consignaron los siguientes parámetros:

Información del lote:

- Plano del lote con GPS (TRACK)
- Ubicación en Google earth
- Ubicación de la fuente de agua
- Tipo de fuente de agua: quebrada, río, reservorio, aljibe, etc.
- Fotografías del terreno y de la fuente de agua
- Disponibilidad y ubicación de energía eléctrica monofásica 1x110 V, bifásica 2x220v o trifásica 3x220 V en el caso que aplique.

Características del terreno:

- El terreno debe tener características edáficas homogéneas, en lo que se refiere a textura, fertilidad, color, profundidad de suelo, humedad, etc.
- No se recomiendan suelos con bajo nivel de aireación (tipo ciénegas) con alta probabilidad de inundación (bajíos)
- No se recomiendan lotes junto a o debajo de hileras de árboles como pinos, ciprés, eucaliptos y otros que afectan sustancialmente el rendimiento del cultivo y no son representativos para el trabajo de investigación
- También deberán diferenciarse aquellos lotes que, aun teniendo un suelo semejante, estén sometidas a diferentes usos como pastos, hortalizas, rotaciones, historial del cultivo o planes de fertilización, etc.
- No se recomienda implementar este sistema de fertirriego en suelos que además de tener laderas fuertes (>33% de pendientes), que a pesar de ser semiplanos son suelos con pobre profundidad de capa arable. Normalmente son lotes que

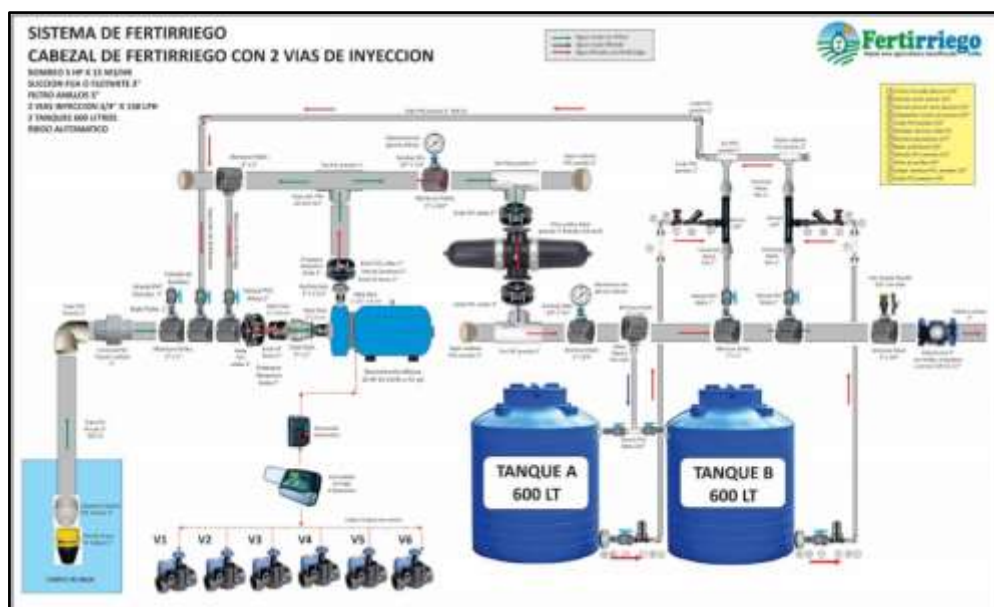
históricamente no han sido productivos y los agricultores los conocen como terrenos flacos.

- Terreno preferiblemente plano o pendientes ligeras < 10%

Fuente de agua:

- Disponibilidad de agua en épocas críticas o secas con un volumen promedio de 20 m³/ha/día (40 m³ /día para 2 hectáreas = 0.5 lts/seg) La fuente de agua debe estar relativamente cerca del cultivo (50 a 100 m del lote). Para mayores distancias y alturas se deben hacer le calculo y ajuste respectivo del presupuesto
- La fuente de agua debe tener una especie de reservorio, pozo o tanque de agua para ser succionada por la bomba y en reposo o sedimentada para evitar poner filtros de grava o arena más costosos
- Cuando haya agua con riego por gravedad, se requiere que este a una altura mínima de 25 m (vertical) con un caudal de 5 lts/seg para regar directamente al cultivo y a si se evita el sistema de bombeo.

IMAGEN 25. DISEÑO GENERAL DE SISTEMAS DE RIEGO EN PAPA



Fuente: FNFP-FERTIRRIEGO

Luego de definir los mejores lotes para la ejecución de las parcelas de riego por goteo, se comenzó con la instalación de los sistemas en los departamentos de Cundinamarca 1.9 Ha, Boyacá 1,75 Ha, Nariño 1,5 Ha y Antioquia 2 ha. Debido a la disponibilidad de semilla, cambios en los diseños y valores de los sistemas de riego; el montaje se realizó del 15 de noviembre al 12 de diciembre.

IMAGEN 26. PARCELA RIEGO BOYACÁ



Fuente: FNFP

IMAGEN 27. PARCELA RIEGO CUNDINAMARCA



Fuente: FNFP



IMAGEN 28. PARCELA RIEGO ANTIOQUIA



Fuente: FNFP

IMAGEN 29. PARCELA RIEGO NARIÑO



Fuente: FNFP

TABLA 21. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO GIRAS DE RIEGO VIGENCIA 2019

INDICADORES	META ANUAL	EJECUCIÓN ANUAL	% CUMPLIMIENTO
# Giras de riego	18	7	38
# productores impactados	1.080	268	24

Con los cambios en la ejecución de este indicador en su montaje, las actividades de divulgación en las giras de riego solo se ejecutaron en un 38%. No obstante, para la vigencia 2020, se seguirán realizando giras técnicas donde se continúe con la transferencia de tecnología al productor. Las fechas de cosecha serán en los meses de abril y mayo, donde se tendrán los datos completos de monitoreo de riego, costos de producción, rendimientos por calidades y relación costo-beneficio de los sistemas.

IMAGEN 30. DÍA DE CAMPO PARCELA DE RIEGO CUNDINAMARCA



Fuente: FNFP

IMAGEN 31. DÍA DE CAMPO PARCELA DE RIEGO BOYACÁ Y ANTIOQUIA



Fuente: FNFP

PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DEL PROYECTO

Vallas Publicitarias: Las parcelas demostrativas son la vitrina del trabajo técnico que se desarrolla bajo esta metodología de extensión rural, por tal razón se tienen vallas de divulgación para identificar las fincas y los productores que trabajan en el proyecto.

IMAGEN 32. PARCELA DEMOSTRATIVA DEPARTAMENTO DE SANTANDER



Fuente: FNFP

IMAGEN 33. PARCELA DEMOSTRATIVA DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA



Fuente: FNFP

IMAGEN 34. PARCELA DEMOSTRATIVA DEPARTAMENTO DE BOYACÁ



Fuente: FNFP

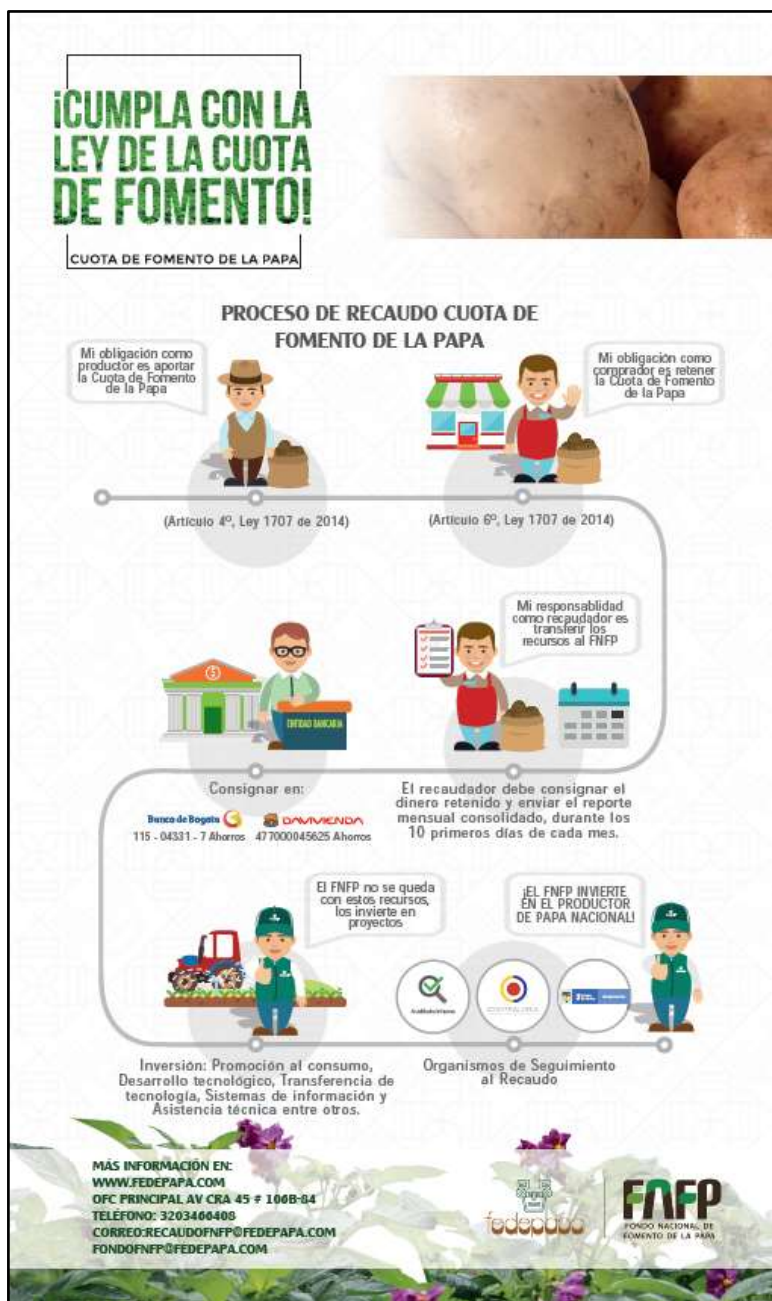
IMAGEN 35. PARCELA DEMOSTRATIVA DEPARTAMENTO DE NARIÑO



Fuente: FNFP

Afiche cuota de fomento: Se realizó divulgación mediante afiches que se distribuyeron a los recaudadores donde los productores pueden entender el proceso de recaudo y la ley que conlleva a esto.

IMAGEN 36. AFICHE DIVULGATIVO



Fuente: FNFP

IMAGEN 37. CARTILLA DIVULGATIVA



Fuente: FNFP

CONTRAPARTIDA FEDEPAPA

ÍTEM	CONTRAPARTIDA	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$103.782.307	\$103.782.307	100,00%
NOMINA	\$103.782.307	\$103.782.307	100,00%
GASTOS GENERALES	\$88.824.712	\$88.824.712	100,00%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$88.824.712	\$88.824.712	100,00%
TOTAL PRESUPUESTO	\$192.607.019	\$192.607.019	100,00%

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$622.082.136	\$582.404.777	93,62%
NOMINA	\$529.682.136	\$490.004.777	92,51%
HONORARIOS	\$92.400.000	\$92.400.000	100,00%
GASTOS GENERALES	\$287.585.209	\$251.355.964	87,40%
CAPACITACIÓN	\$10.142.000	\$8.182.561	80,68%
DIVULGACIÓN	\$39.422.206	\$31.045.352	78,75%
MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA	\$24.941.240	\$16.607.473	66,59%
EQUIPO DE CAMPO	\$100.000.000	\$99.909.081	99,91%
SERVICIOS PÚBLICOS	\$6.435.000	\$5.344.427	83,05%
MANTENIMIENTO	\$280.000	\$280.000	100,00%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$99.492.763	\$83.809.758	84,24%
CORREO	\$2.640.000	\$2.158.529	81,76%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$3.800.000	\$3.683.349	96,93%
TRANSPORTE, FLETES Y ACARREOS	\$432.000	\$335.434	77,65%
ESTUDIOS Y PROYECTOS	\$200.625.000	\$185.260.000	92,34%
TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA	\$200.625.000	\$185.260.000	92,34%
COMPRA DE SEMILLA	\$82.600.000	\$78.635.000	95,20%
ANÁLISIS MICROBIOLÓGICOS DE SUELOS	\$5.400.000	\$5.400.000	100,00%
ANÁLISIS DE SUELOS	\$101.745.000	\$95.285.000	93,65%
ALQUILER DE DRON PARA FOTOGRAFÍA	\$2.880.000	\$0	0,00%
ALQUILER DE DRON PARA FUMIGACIÓN	\$8.000.000	\$5.940.000	74,25%
TOTAL PRESUPUESTO	\$1.110.292.344	\$1.019.020.741	91,78%

8.4. PROGRAMA: COMERCIALIZACIÓN

8.4.1. PROYECTO: PROMOCIÓN AL CONSUMO DE PAPA

DESCRIPCIÓN GENERAL

Dar continuidad a la campaña de comunicación lanzada en 2017; *“Una papa bien preparada te soluciona”* orientada bajo tres pilares fundamentales: Las papas son buenas porque, yo apporto al campo y un mejor sector, cuyo objetivo es incentivar el consumo de papa a través de la promoción y difusión en los siguientes medios masivos (ATL), medios digitales (TTL) y acciones de comunicación creativas no convencionales (BTL).

COBERTURA:

Nacional

OBJETIVO GENERAL

Continuar con la gestión y ejecución de la campaña ***una papa bien preparada te soluciona***, con el fin de fomentar e incrementar el consumo de papa en Colombia, evidenciando nuevos momentos de consumo e informando sobre los beneficios del alimento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo Específico 1: Involucrar en la ejecución de la campaña tres agencias aliadas, especializadas en medios ATL, BTL y TTL para el desarrollo de las acciones de marketing y una comunicación 360 del programa.

Meta: Contratación tres agencias ATL/BTL/TTL

TABLA 22. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO

META AÑO	EJECUCIÓN AÑO	% CUMPLIMIENTO
Tres (3) agencias BTL/ATL/TTL	Tres (3) agencias BTL/ATL/TTL	100%

Se contrataron tres agencias a través de convocatoria para cada tipo de acción publicitaria; en medios masivos ATL fue elegido el proponente Caracol. Para el desarrollo de acciones de segmento específico BTL en la ciudad de Bogotá Iflex S.A.S fue la agencia seleccionada. Por último, para el desarrollo de las acciones digitales TTL, Keep Agencia fue elegida para la difusión la estrategia de comunicación en plataformas digitales.

CONTRATACIÓN AGENCIA ACCIONES ATL

Durante el 26 de febrero al 11 de marzo, se llevó a cabo la convocatoria para la compra de pauta publicitaria multimedia directa sin intermediación en (Televisión Señal Abierta con Cubrimiento Nacional, Radio hablada, Radio musical y Medios Impresos), de la cual se presentó CARACOL TELEVISIÓN como único proponente que cumpliera con los requisitos legales.

El día 14 de marzo se dio lugar a la sustentación de la propuesta, se evaluó la estrategia, optimización del presupuesto y el desempeño técnico; como resultado de este proceso se seleccionó a CARACOL.

CONTRATACIÓN AGENCIA ACCIONES BTL

En la selección de la agencia de acciones BTL, la convocatoria se realizó del 8 al 26 de marzo del 2019, con el fin de poder detectar qué agencia iba a dirigir la activación de marca en segmentos muy específicos y continuar con “La Escuela de la Papa” en el marco de la campaña “una papa bien preparada te soluciona”, cuyo objetivo ha sido capacitar al consumidor sobre los beneficios del alimento y así poder incrementar el consumo per cápita de papa en fresco de la producción colombiana.

IFLEX PS S.A.S. fue el único proponente cumpliendo con los requisitos formales, materiales, jurídicos y financieros. El 26 de marzo se realizó la sustentación de la propuesta, IFLEX fue seleccionada por su propuesta completa de acuerdo a los entregables dentro de la convocatoria, teniendo en cuenta estrategia y presupuesto como criterios de calificación.

CONTRATACIÓN AGENCIA ACCIONES TTL

Se realizó una convocatoria desde el 26 de febrero al 13 de marzo de 2019 para la creación, implementación y ejecución de estrategias de comunicación digital, a través de la administración y actualización de la página web de la campaña de consumo, así mismo el desarrollo gráfico de las piezas y la generación de contenido en redes sociales. De igual forma se buscó aumentar el tráfico de los principales canales con la implementación de una pauta segmentada en Google Adwords.

Se presentó la agencia EDELMAN POSITION S.A.S. como único proponente, sin embargo, no cumplió con el indicador de endeudamiento. Por lo cual se abrió una invitación directa con los mismos parámetros, a dicha invitación se presentaron dos proponentes IDEAS MEDIA LAB y KEEP AGENCIA S.A.S.

El día 23 de marzo se realizaron las sustentaciones y se tuvo en cuenta la estrategia y la optimización de presupuesto dentro de los criterios de evaluación. Como resultado se eligió a KEEP AGENCIA, quienes presentaron una completa estrategia creativa y económica.

Objetivo Específico 2: Emplear dentro de la estrategia de comunicación de la campaña de consumo la participación en medios de difusión masiva, con el fin de generar un impacto en la audiencia a corto o mediano plazo.

Meta: Selección y contratación de una central con mix de medios masivos para difusión y mayor alcance de la campaña.

TABLA 23. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO

META AÑO	EJECUCIÓN AÑO	% CUMPLIMIENTO
Mix de medios	Una (1) central de medios	100%

TABLA 24. MIX DE MEDIOS

MEDIO	CANAL
Televisión	Caracol Televisión
Radio Hablada Nacional	Blu Radio
Radio Musical Regional	La Kalle
Medio Impreso Nacional	Revista Cromos

Objetivo Específico 3: Evaluar a través de un estudio externo la tendencia de consumo de papa en el país, y medir la percepción de la campaña de promoción al consumo de papa desarrollada.

Meta: Gestionar la medición anual del comportamiento de consumo de papa en fresco y analizar cuál ha sido la percepción de la campaña. Para lo cual se entregó (1) informe del primer semestre en mayo y (1) informe en el segundo semestre en octubre.

TABLA 25. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO

META AÑO	EJECUCIÓN AÑO	% CUMPLIMIENTO
(2) estudios de medición de consumo de papa y de la percepción de la campaña (1) en el primer y (1) en el segundo semestre.	Un (1) estudio de Panel de Hogares en desarrollo con Nielsen en mayo y (1) estudio en octubre.	100%

ESTRATEGIA DE PAUTA EN MEDIOS MASIVOS (ATL)

Con el fin de dar continuidad a la difusión de la campaña y teniendo en cuenta la gestión hecha en el 2017 y 2018, se decidió implementar una estrategia de comunicación 360 que permitiera abordar el perfil de cada consumidor, para transmitir un mensaje eficiente. De esta forma la estrategia contempló incrementar el consumo de papa aprovechando nuevos momentos de consumo que responden a los siguientes tres procesos.

1. Proceso cognitivo, busca generar y enriquecer el conocimiento que tiene el consumidor frente a la papa, para lo cual se combina la experiencia y trayectoria de los diferentes medios tradicionales.
2. Proceso conductual hacía el producto, pretende influir en la intención de consumo de papa mediante la observación de los demás.
3. Proceso afectivo para generar empatía, este vínculo busca la interacción con el consumidor, cuando el consumo de papa se convierte en hábito se comparte con núcleos cercanos, es entonces cuando se produce el vínculo emocional.

La difusión de la campaña se dividió en dos etapas; en mayo se hizo el lanzamiento de la campaña debido al comportamiento de demanda del producto y la segunda etapa desarrollada en junio, julio y agosto se enfocó hacia el sostenimiento de la campaña.

MIX DE MEDIOS CARACOL

IMAGEN 38. MIX DE MEDIOS DE CARACOL



El mix de medios de Caracol está conformado por tres medios:

1. **Caracol Televisión:** medio de comunicación tradicional con el que se pretendió obtener la mayor penetración y alcance de audiencia. Por ello la pauta se distribuyó en las tres franjas de mayor audiencia: franja day 40% de la pauta, franja early 30% de pauta y franja prime 30% de pauta. La distribución porcentual marca los picos de mayor o menor rating es así como la franja que va de 6:00 a.m a 12:00 m tiene el 40% con la intención de ser visibles en el programa Día a Día, el cual es visto en su mayoría por mujeres amas de casa y hogares, impactando de forma directa el target de la campaña.
2. **Blu Radio y La Kalle:** este medio se enfocó en obtener el alcance marginal y frecuencia, la pauta se dividió entre radio nacional hablada y radio musical en Cundinamarca. Para radio se produjeron tres nuevas referencias de cuñas, de las cuales cada una tenía una duración diferente, con contenido de promoción al consumo y sobre el sector. En el caso de Blu Radio en la transmisión del Giro D Italia y Le Tour de France las cuñas fueron emitidas a través de capsulas y transiciones de texto.

La pauta tradicional de La Kalle contempló emisiones en el programa Kallejeando de 6:00 a.m a 10:00 a.m e intervenciones en la franja Musical de Lunes a Viernes.

3. **Revista Cromos:** por ser pauta de carácter impreso la intención fue generar contenidos que informarán al lector sobre la variedad de preparaciones de alta cocina que puede ejecutar al implementar la papa su vida cotidiana, sin lugar a duda se pensó en involucrar el alimento en la celebración de días especiales, de esta forma promover momentos de consumo que tiempo después lograrán convertirse en un hábito.

TELEVISIÓN



Durante la pauta tradicional hecha del 01 de mayo al 31 de agosto estuvieron en emisión cuatro referencias de comerciales rodando en las principales parrillas de programación del canal Caracol, a ello se le suma la pauta insignia del video del desayuno describiendo un momento de consumo específico. Cabe mencionar que se hizo la producción de tres nuevas piezas audiovisuales animadas, las cuales narraban la versatilidad del alimento.

IMAGEN 39. VIDEO REFERENCIA VERSATILIDAD



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – Video para televisión que muestra versatilidad de la papa y usos.

IMAGEN 40. VIDEO REFERENCIA VERSATILIDAD



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – Video para televisión que muestra momentos de consumo.

IMAGEN 41. VIDEO REFERENCIA VERSATILIDAD



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP - Video para televisión que muestra versatilidad de la papa y usos.

IMAGEN 42. VIDEO REFERENCIA "DESAYUNO"



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP - Video para televisión que incita a consumir papa al desayuno.

Parte de la pauta tuvo inserciones de merchandising, menciones entendidas que brindan el posicionamiento del mensaje de la campaña, se hace una mención en vivo en programas que están al aire, puntualmente en el programa Día a Día en la franja day. En total se realizaron en el periodo de la campaña trece menciones ya sea con presencia de marca a través del chef con la receta o la mención de la presentadora en el set.

IMAGEN 43. SECCIÓN DÍA A DÍA



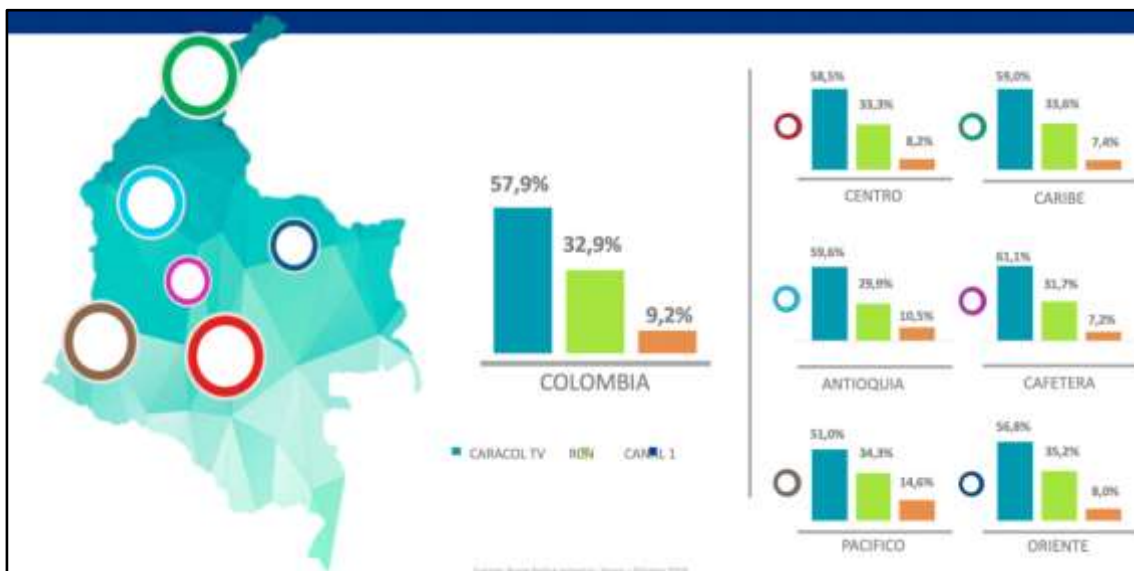
Fuente: Caracol Televisión - Campaña consumo 2019 / FNFP – salida en vivo con el chef Leonel Jaramillo, mostrando la preparación de ensalada capresse de papa.

IMAGEN 44. MENCIÓN DÍA A DÍA



Fuente: Caracol Televisión - Campaña consumo 2019 / FNFP – mención en vivo de una de las presentadoras del programa invitando a consumir papa en fresco.

GRÁFICO 6. SHARE DE AUDIENCIA NACIONAL Y POR REGIONES



Share de Audiencia: es el porcentaje de hogares o espectadores que están viendo un programa o canal de televisión con respecto al total de televisores.

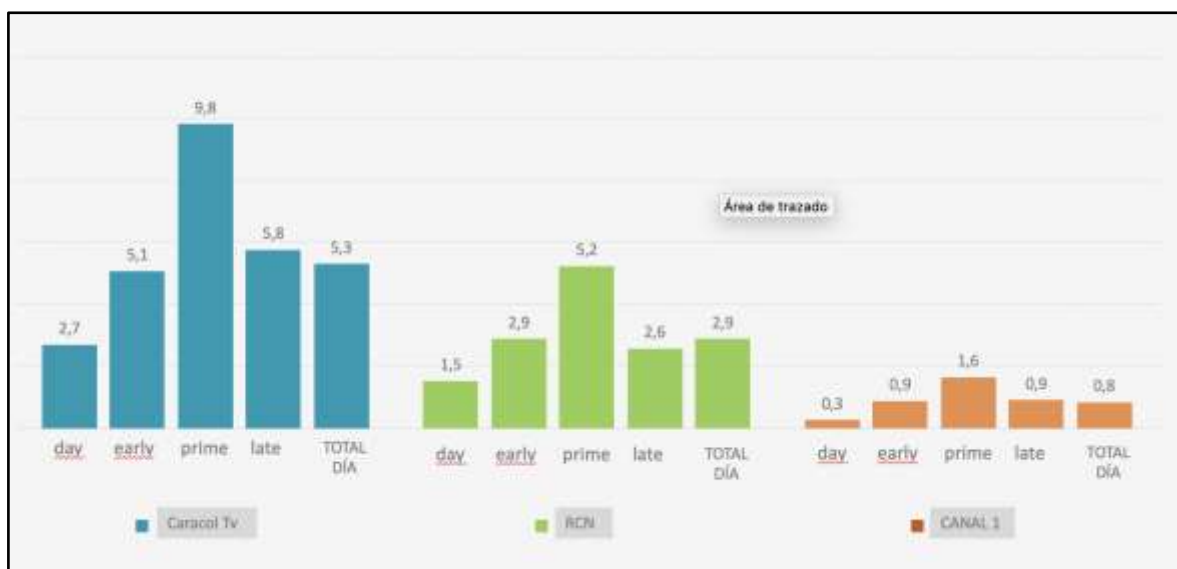
Corte a 01 de octubre del 2019

Fuente: IBOPE Rating personas a 01 de octubre del 2019

Según fuente IBOPE se evidencia que, durante el periodo de enero a octubre del 2019, el canal Caracol alcanzó el 57,9% del total de la audiencia, manteniéndose como el canal de mayor audiencia a nivel nacional y en las diferentes regiones del país. Se refleja la afinidad en los contenidos que emite el canal lo cual para la campaña de consumo es un buen indicador de alcance hacía la divulgación del mensaje que se quiere posicionar al consumidor.

El liderazgo que tuvo el canal durante el 2019 garantiza que la inversión hecha en este medio fue óptima, llevando el mensaje del consumo de papa a regiones en donde por tradición se consumen otro tipo de alimentos.

GRÁFICO 7. RATING POR FRANJAS Y CANALES



Rating: es la cantidad de personas que está viendo un programa de televisión en un canal específico.

*Corte a 31 de Agosto del 2019

Fuente: Ibope target personas, Enero - Agosto 2019 L - D

Los resultados del rating por franjas, evidencian que la gestión del 2019 estuvo liderada por el canal Caracol, en el que gran parte de sus franjas y programas marcan la mayor audiencia. En el total del día los televidentes prefieren al canal Caracol lo cual responde

al alcance que puede llegar a tener la campaña de consumo en términos de difusión del mensaje.

TABLA 26. INSERCIONES, ALCANCE Y AUDIENCIA GENERAL

INSERCIONES			
MES	MERCHANDISING	TRADICIONAL	TRPS
Mayo	7	114	508,8
Junio	-	86	396,8
Julio	2	63	264,9
Agosto	4	118	489,4
TOTAL	13	381	1659,9

PERSONAS					
MES	ALCANCE %	ALCANCE IBOPE	ALCANCE DANE	FRECUENCIA	No. COMERCIALES
Mayo	61,2%	12.118.017	26.033.374	8,1	114
Junio	51,2%	10.128.373	21.758.984	4,0	86
Julio	52,7%	10.433.254	22.413.965	4,8	63
Agosto	59,9	11.866.589	25.493.227	8,0	118
TOTAL	81,4%	16.121.060	34.633.191	19,9%	381

AMAS					
MES	ALCANCE %	ALCANCE IBOPE	ALCANCE DANE	FRECUENCIA	No. COMERCIALES
Mayo	73,1%	4.721.973	N/A	10,3	114
Junio	72,8%	4.703.879	N/A	7,3	86
Julio	65,5%	4.431.488	N/A	5,9	63
Agosto	68,7%	4.436.988	N/A	10,4	118
TOTAL	87,3%	5.641.553	N/A	27,3	381

Fuente: Universo Ibope Personas: 19.797.446

Universo Ibope Amas: 6.462.260

Universo Dane Proyección población >4 años: 42.531.243

RADIO



Los formatos de radio permiten generar frecuencia, recordación de marca y un mayor alcance. En esta ocasión para la gestión de pauta del 2019 se grabaron tres nuevas cuñas que, al momento de emitir, iban alineadas con las emisiones de programas con un segmento puntual y a su vez con la transmisión del Giro de Italia y Le Tour de France.

Los indicadores de medición para la pauta de radio estuvieron definidos desde la frecuencia y continuidad, de esta forma las menciones en los diferentes programas buscaron posicionar la papa con mensajes dirigidos a cada grupo objetivo, la repetición de los momentos de consumo permite posicionar la marca de la campaña y a su vez llevar un mensaje continuó al escucha.

IMAGEN 45. TEXTO DE CUÑA RADIAL 1



Omelette de papa para los niños, caldito de papa para papá, tortilla de papa para mamá. Es rica en vitamina C y reduce el colesterol son ricas en Hierro, Zinc, Vitamina A y Micronutrientes.

"Una papa bien preparada te soluciona el día " Fedepapa – Fondo Nacional de Fomento de la Papa.

IMAGEN 46. TEXTO DE CUÑA RADIAL 2



Para cada plato hay una papa bien preparada, la papa hace parte de la gastronomía tradicional colombiana.

El consumo de papa contribuye a fortalecer los buenos hábitos alimenticios y a mantener una vida saludable.

Una papa bien preparada te soluciona el día " Fedepapa – Fondo Nacional de Fomento de la Papa.

IMAGEN 47. TEXTO DE CUÑA RADIAL 3



TABLA 27. INSERCIONES BLU RADIO

EMISIONES GIRO DE ITALIA				
DESCRIPCIÓN	DETALLE	COMPROMISO	EJECUCIÓN	CUMPLIMIENTO
Cápsulas Informativas Mañanas Blu	Cuñas 10"	6	6	100%
	Cuñas 30"	6	6	
Cápsulas Informativas Blog Deportivo	Cuñas 10"	6	6	100%
	Cuñas 30"	6	6	
Cápsulas Informativas Voz Populi	Cuñas 10"	6	6	100%
	Cuñas 30"	6	6	
Cápsulas Informativas Blu Jeans	Cuñas 10"	2	2	100%
	Cuñas 30"	2	2	
Transmisiones	Cuñas texto 30"	40	40	100%

EMISIONES LE TOUR DE FRANCE				
DESCRIPCIÓN	DETALLE	META AÑO	REAL AÑO	CUMPLIMIENTO
Cápsulas Informativas Mañanas Blu	Cuñas 10"	6	6	100%
	Cuñas 30"	6	6	
Cápsulas Informativas Blog Deportivo	Cuñas 10"	6	6	100%
	Cuñas 30"	6	6	
Cápsulas Informativas Voz Populi	Cuñas 10"	6	6	100%
	Cuñas 30"	6	6	
Cápsulas Informativas Blu	Cuñas 10"	2	2	100%

Jeans	Cuñas 30"	2	2	
Transmisiones	Cuñas texto 30"	40	41	103%

RESULTADOS DE ALCANCE	COBERTURA	IMPACTOS
	1.628.300	27.271.900

Fuente: EGM 2019-2

TABLA 28. INSERCIONES DE RADIO LA KALLE

DESCRIPCIÓN	DETALLE	META AÑO	REAL AÑO	CUMPLIMIENTO
Kallejeando	Cuñas 20"	132	132	100%
Musical Lunes a domingo	Cuñas 20"	198	198	100%

RESULTADOS DE ALCANCE	COBERTURA	IMPACTOS
	1.349.400	43.618.500

Fuente: EGM 2019-2

TABLA 29. VALORES AGREGADOS DE EMISIÓN

DESCRIPCIÓN	DETALLE	META AÑO	REAL AÑO	CUMPLIMIENTO
Blu Radio	Publirreportaje	1	1	100%
	Producción de piezas	4	5	125%
La Kalle	Mención programación musical	1	1	100%
	Producción de piezas	5	4	80%

Cabe mencionar que el resultado del cumplimiento del 80% se dio por el cambio de una de las piezas gráficas que estaba contemplada para ser emitida en La Kalle y se emitió en Blu Radio, como ventaja de este cambio fue tener mayor cobertura al ser nacional lo que conlleva aumento en el impacto.

En radio nacional BLU, regional LA KALLE y el publinreportaje de Blu Radio se obtuvo en total una cobertura de 2.819.200 y 71.486.900 impactos.

IMPRESO – REVISTA CROMOS



La presencia de la campaña en una de las revistas líderes en variedades y estilo de vida colombiana como lo es Cromos, busco generar contenido a un porcentaje de lectores tradicionales que tiene hábitos de información particulares, es así como la pauta llegó a un total de cinco publicaciones que contaban recetas para una celebración especial.

IMAGEN 48. INSERCIONES REVISTA CROMOS



Fuente: FNFP

IMAGEN 49. INSERCIONES REVISTA CROMOS



Fuente: FNFP

TABLA 30. ALCANCE DE INSERCIONES EN CROMOS

DESCRIPCIÓN	DETALLE	MAYO	JUNIO	JULIO	TOTAL
Publicaciones Revista Cromos	½ Página	2	1	2	5
	Bonificada		1		1
	TOTAL SALIDAS	2	2	2	6

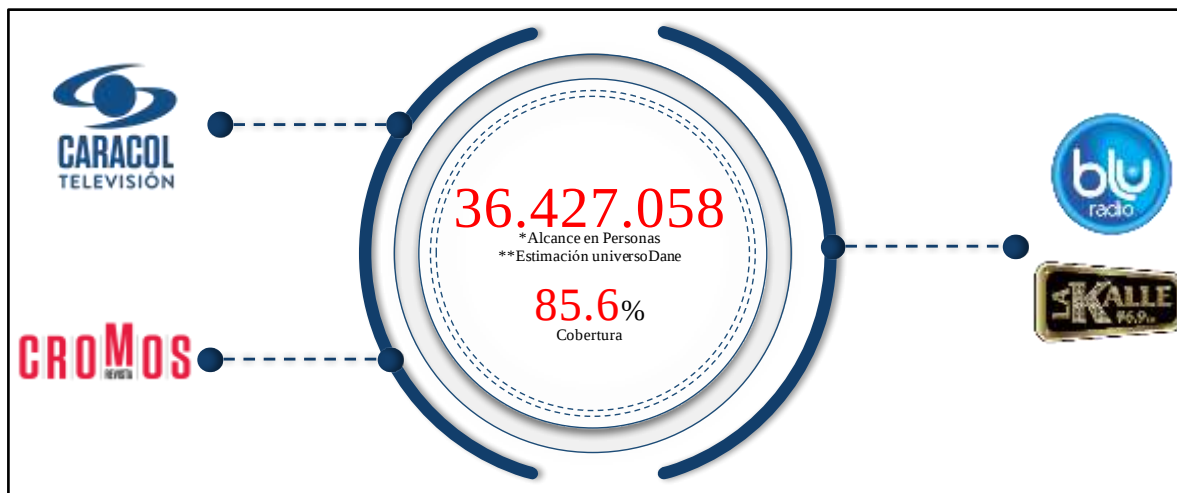
RESULTADOS DE ALCANCE	1.726.500
------------------------------	------------------

Fuente: EGM 2019-1, Lectores Cromos.

*Corte a 31 de agosto del 2019

La emisión de la campaña de consumo en medios durante su gestión y de acuerdo a la ficha técnica de Sainsbury logró un alcance multimedio de 85.6% equivalente a 36.427.058 personas de la estimación del universo Dane de 42.531.243 personas que tienen acceso a medios de comunicación tradicionales como radio, televisión y prensa.

IMAGEN 50. ALCANCE MULTIMEDIO



Fuente: Saintbury 2019-08-31 – campaña de consumo

Corte a 31 de agosto del 2019

*El Alcance multimedia es una estimación, bajo los parámetros de la técnica elaborada por Sainsbury –

**Universo Dane: 42.531.243

Para el 2019 la pauta tuvo una concentración diferente vs la ejecución del 2018, en primer lugar, bajo la reducción del presupuesto de la campaña de consumo y el manejo de la misma en medios tradicionales los contenidos de ATL fueron emitidos del 01 de mayo al 31 de agosto del 2019 debido a la necesidad de ser más fuertes en meses en los que hay mayor demanda o escases del producto, sin embargo la falta de permanencia de la campaña hace a que a mediano plazo el posicionamiento de la misma baje.

Para televisión se segmentó el 50% de la pauta en el 2019, mientras que radio y prensa tuvieron el otro 50%, llegando a una audiencia más selectiva, pero con menor frecuencia del mensaje.

ESTRATEGIA DE ACCIONES SEGMENTADAS (BTL)

Las acciones BTL tienen como objetivo establecer un contacto inmediato y directo con los consumidores de papa, brindando una experiencia diferenciadora, que tendrá recordación, de igual forma estas acciones funcionan como una herramienta de

educación en las que se comparte conocimiento sobre las bondades y beneficios de la papa y así lograr incrementar su consumo.

LA ESCUELA DE LA PAPA

En 2019 se da continuidad a “La Escuela de la Papa”, un espacio para capacitar al consumidor de papa, proporcionar información relevante del alimento, contar cuál es su versatilidad, sus características físicas, usos de las principales variedades comerciales y las bondades nutricionales. Así mismo compartir información sobre el sector productor de papa por medio del chef institucional, que es influenciador de marca para llevar este mensaje.

La actividad se desarrolla en la ciudad de Bogotá por ser la ciudad más representativa en el consumo de papa a nivel nacional y por presentar un bajo consumo en 2018, de acuerdo al estudio de consumo de papa, en alianza con empresas que permitan tener el taller en sus instalaciones y que a su vez aseguren la participación de sus empleados. Cabe mencionar que el público objetivo en el que llevo a cabo la activación de marca fue femenino, con la intención de llevar el mensaje de más consumo de papa por sus beneficios, ventajas y versatilidad a sus hogares.



El mensaje principal que se lleva a cabo en estas activaciones de marca es: La papa es saludable, nutritiva y económica, lo cual busca eliminar los inhibidores de consumo que se adoptan como: “La papa engorda” “El hecho de pelarla hace difícil su cocción” “Desconocimiento de las variedades”, es así como La Escuela de la Papa tiene el reto de eliminar dichas barreras de consumo y tener un acercamiento más real al consumidor.

Para lo cual las activaciones tuvieron la siguiente metodología:

- Registro: Todos los asistentes registran sus datos en la planilla de la actividad.
- Entrega del recetario: una vez registrados, se hace entrega del recetario de papa “delicias preparadas con papa” libro que recopila además de recetas, información sobre la papa, historia, bondades nutricionales y variedades.
- Charla sobre el sector productor de la papa, donde se habla sobre la realidad del sector, se comparten algunas cifras sobre la producción, variedades de papa, consumo per cápita y la importancia de consumir papa en fresco y cómo se apoya al productor de papa.
- Recetas de papa, el chef hace su intervención sobre preparación de recetas con papa, comenzado por la elección de la variedad correcta para cada plato, sus aportes nutricionales, tanto en recetas que hacen parte de preparaciones tradicionales, al igual que las desarrolladas por el chef del FNFP.
- Tips de Cocina, el chef dialoga con los asistentes para entregar información sobre su experiencia en la culinaria y cómo lograr mejores resultados en sus preparaciones con papa compartiendo algunos consejos.
- Los asistentes reciben degustaciones de recetas preparadas con papa, la principal es un cheesecake de papa, una receta dulce a base de papa con la que se busca sorprender a los asistentes y puedan evidenciar la versatilidad de la papa.

IMAGEN 51. EMPRESAS DONDE SE HAN DESARROLLADO TALLERES



TABLA 31. ACTIVIDADES ESCUELA DE LA PAPA

MES	No. TALLERES	ASISTENTES	EVALUACIONES	FEEDBACK
Mayo	15	477	160	100% POSITIVO
Junio	15	498	88	100% POSITIVO
Julio	7	214	34	100% POSITIVO
Agosto	15	491	70	100% POSITIVO
Septiembre	25	804	158	100% POSITIVO

TABLA 32. RESULTADOS CUMPLIMIENTO GESTIÓN BTL

MES	META ASISTENTES	REAL ASISTENTES	CUMPLIMIENTO
Mayo	450	477	106%
Junio	450	498	111%
Julio	210	214	102%
Agosto	450	491	109%
Septiembre	720	804	112%

TOTAL ASISTENTES	2484
-------------------------	-------------

Fuente: informe visitas BTL Agencia IFLEX

Corte a 30 septiembre del 2019

A partir de la meta propuesta por el Fondo, que inicialmente fue ejecutar 60 talleres durante el periodo contemplado desde abril hasta agosto con una participación mínima de 30 asistentes por taller, se plantea un contrato de otro sí con el fin de continuar la gestión hasta septiembre, lo cual tuvo como meta ejecutar 77 talleres. Se evidencia entonces un sobrecumplimiento de la meta en promedio del 108%, en donde cada actividad capturó más de los asistentes pensados y promovió la construcción de bases de datos que serán herramienta de comunicación y difusión en una fase de ecommerce de la campaña. Se pudo evidenciar que los asistentes fueron receptivos a los diferentes mensajes que se entregaron en la actividad, se muestran interesados y es notoria la afinidad en temas como alimentación, recetas, papas, nutrición y el campo colombiano,

el espacio se presta para que se pueda interactuar y resolver dudas y reforzar información acerca de la papa.

IMAGEN 52. PARTICIPANTES DEL TALLER EN COCINA DEMOSTRATIVA



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP - Registro fotográfico del desarrollo talleres de la Escuela de la Papa.

IMAGEN 53. PARTICIPANTES DEL TALLER EN COCINA DEMOSTRATIVA



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP - Registro fotográfico del desarrollo de talleres de la Escuela de la Papa.

IMAGEN 54. PARTICIPANTES DEL TALLER EN COCINA DEMOSTRATIVA



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP - Registro fotográfico del desarrollo de talleres de la Escuela de la Papa.

IMAGEN 55. PARTICIPANTES DEL TALLER EN COCINA DEMOSTRATIVA



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP - Registro fotográfico del desarrollo de talleres de la Escuela de la Papa.

IMAGEN 56. PARTICIPANTES DEL TALLER EN COCINA DEMOSTRATIVA



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP - Registro fotográfico del desarrollo de talleres de la Escuela de la Papa.

El 25 % de los asistentes evaluaron la actividad, obteniendo 100% de feedback positivo, es decir que fue clara la explicación por parte del chef acerca de las bondades nutricionales, variedades, usos de la papa y tips de cocina. Los asistentes expresan afinidad ya que la información entregada la pueden aplicar en sus preparaciones del día a día; cumpliendo así con la estrategia inicial, en la que se buscó que quienes asistieran a la Escuela de la Papa se convirtieran en replicadores de la experiencia y dieran constancia de la entrega del recetario, material gráfico que difusión de la campaña promoción al consumo.

ESTRATEGIA DE ACCIONES DIGITALES (TTL)

La inversión en marketing digital ha estado direccionada desde diferentes medios como: pauta en Facebook Ads, Instagram Ads y Display de Google, permitiendo enfocar las acciones al target de la estrategia. Es así como los contenidos emitidos en estas redes han incrementado el engagement permitiendo una mayor interacción con el usuario y el cumplimiento de los objetivos de la campaña:

- Aumentar tráfico al sitio web a través de contenidos relevantes, actualización constante de la página y botones prácticos de navegación.
- Posicionar el alimento en medios digitales como fuente de beneficios, con preparaciones prácticas aplicables en el diario vivir, llevando efectivamente el mensaje: Una papa bien preparada te soluciona.
- Cautivar a los consumidores digitales con contenidos que le permitan interactuar, logrando así fidelizarlos con las redes sociales.

Con el fin de lograr una eficiencia en la difusión del mensaje la campaña de consumo en los canales digitales estuvo segmentada de la siguiente manera:

- Difusión a nivel nacional.
- El target se clasifica de la siguiente manera:
- Amas de casa: hombres y mujeres con hijos que se preocupan por su nutrición.
- Foodies: hombres y mujeres, público interesado en explorar la gastronomía.
- Millennials: hombres y mujeres nativos digitales, profesionales independientes.
- Chefs: hombres y mujeres que tienen el medio digital como fuente principal de actualización informativa. Interacciones.
- Estudiantes: hombres y mujeres que buscan facilidad y versatilidad en el consumo.

Con base a los resultados parciales obtenidos hacía el segundo semestre, se concluyó que el tono de la comunicación del mensaje debe ser asertivo, cercano y educativo. Un lenguaje sencillo de transmitir y coloquial, que permitió capturar los nuevos momentos de consumo en los que la papa es protagonista. Es así como el contenido que se diseñó se adaptó a los diferentes formatos de los canales y responden a los tres pilares de la campaña de consumo de papa.

FACEBOOK ADS



Facebook es la red principal de información, interacción y creación de comunidades, a través de este canal se presentaron formatos como artículos, piezas gráficas, videos, GIF, live interactivo, testimoniales, eventos, falso 3D, Facebook frame; que permitieron el aumento de la comunidad y el engagement con la campaña de consumo @preparalapapa.

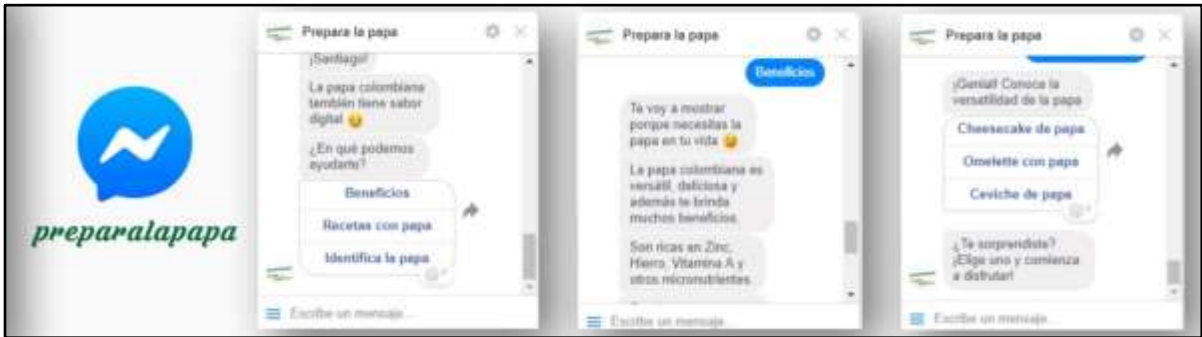
IMAGEN 57. PERFIL FANPAGE DE FACEBOOK



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – fanpage de Facebook @prepaalapapa

- Se cambió la descripción con el mismo mensaje, usando un lenguaje más cercano al tono de comunicación de la marca. Se vinculó con el fanpage WhatsApp Business, con el fin de facilitar el acercamiento de la audiencia a la campaña.
- Se agregó un bot para el chat de @preparalapapa, automatizando la respuesta para que sea rápida al consumidor.

IMAGEN 58. CHATBOT DE LA FANPAGE DE PREPARALAPAPA



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – mensajes programados

El chatbot como sistema informático de inteligencia artificial se implementó para mantener conversaciones en vivo y así optimizar el presupuesto de atención a servicio al cliente, ya que este dio una respuesta oportuna atendiendo las dudas y preguntas que manifestó el usuario web acerca del procedimiento de una receta, los beneficios de comer papa entre otras dudas.

TABLA 33. INDICADORES DE RESULTADO FACEBOOK

DESCRIPCIÓN	DETALLE	META AÑO	REAL AÑO	CUMPLIMIENTO
Publicaciones	Post pagados	110	136	134%

COMUNIDAD	INTERACCIONES	ALCANCE	IMPRESIONES
15.835	29.777	39.647	2.792.210

Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – estadísticas fanpage de Facebook

*Corte a 30 de septiembre del 2019

IMAGEN 59. PUBLICACIONES DESTACADAS FACEBOOK



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – Publicaciones con enfoque informativo en fanpage de Facebook.

IMAGEN 60. PUBLICACIONES DESTACADAS FACEBOOK



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – Publicaciones que muestran la papa como alimento en cualquier momento del día en fanpage de Facebook.

IMAGEN 61. PUBLICACIONES DESTACADAS FACEBOOK



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – Publicaciones en relacionadas a la forma ideal en la que la papa acompaña cualquier celebración en fanpage de Facebook.

IMAGEN 62. PUBLICACIONES DESTACADAS FACEBOOK



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – Datos, cifras y nuevas ideas de consumo en fanpage de Facebook.

El contenido en Facebook estaba segmentado por perfiles de consumidores por ello diariamente se publicaban formatos digitales diferentes que comunicarán recetas rápidas, trivias, gifs animados, datos y tips interesantes para todo tipo de personas con el fin de generar un call to action en la comunidad.

En contenidos donde se implementó pauta, está se segmento con intereses en Cocina, Almuerzo, Comer, Tasty, Comida, Chefs, Cena, Recetas, Gastronomía, Arte culinario, Foodie, Brunch o Gourmet. Es importante resaltar que la línea gráfica que se ha establecido en las piezas visuales, logra conectar a la comunidad, generando sentido de pertenencia, deseos de compartir el contenido e iniciativa a la interacción.

IMAGEN 63. MEJORES POST EN FACEBOOK



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – estadísticas fanpage de Facebook
Corte a 30 de septiembre del 2019

Anteriormente se pueden evidenciar las publicaciones que durante la ejecución de la campaña tuvieron mayor alcance, acciones y número de clics en Facebook.

IMAGEN 64. SEGUIDORES FAN PAGE



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – estadísticas fanpage de Facebook
Corte a 30 de septiembre del 2019

Al inicio de la campaña la fan page contaba con 6.930 (01 de mayo del 2019) y al cierre de la misma se logró alcanzar a 15.835 seguidores, lo cual evidencia un crecimiento del 44% con las pautas de los anuncios con la segmentación descrita anteriormente, este resultado nos muestra una comunidad diversificada que diariamente exigen originalidad en los contenidos.

INSTAGRAM ADS



Instagram es una red social que permite cautivar a través de una imagen, conectar al consumidor con una experiencia de compra y llevarlo a interactuar rápidamente.

El contenido de la campaña: Una papa bien preparada te soluciona ha logrado cautivar, entretener, conectar y generar proximidad. Es importante acompañar el mensaje con el uso de hashtags adecuados que generen impactos y un posicionamiento del concepto. En los formatos que se han implementado para la generación de contenidos de la campaña destacamos piezas gráficas como: fotografías, videos, Live, GIF e Instagram

TV, logrando que la campaña en su ciclo de ejecución tenga un crecimiento en seguidores, aumentando el alcance del mensaje.

IMAGEN 65. PERFIL INSTAGRAM @PREPARALAPAPA



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP –Instagram @preparalapapa

TABLA 34. INDICADORES DE RESULTADO INSTAGRAM

DESCRIPCIÓN	DETALLE	META GESTIÓN	EJECUCIÓN	CUMPLIMIENTO
Publicaciones	Post pagados	110	135	123%

COMUNIDAD	INTERACCIONES	ALCANCE
7.198*	4.966	3.156.391

* Los seguidores con corte al 30 de septiembre del 2019 crecieron un 47% desde que se inició con la pauta en el presente año.

Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – estadísticas APP Instagram

*Corte a 30 de septiembre de 2019

IMAGEN 66. PUBLICACIONES DESTACADAS INSTAGRAM



Fuente:

Campaña consumo 2019 / FNFP – Contenido de Instagram que generan información del producto en: @preparalapapa.

IMAGEN 67. PUBLICACIONES DESTACADAS INSTAGRAM



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – Contenido de Instagram con el resultado de una receta novedosa que cautive al consumidor en: @preparalapapa.

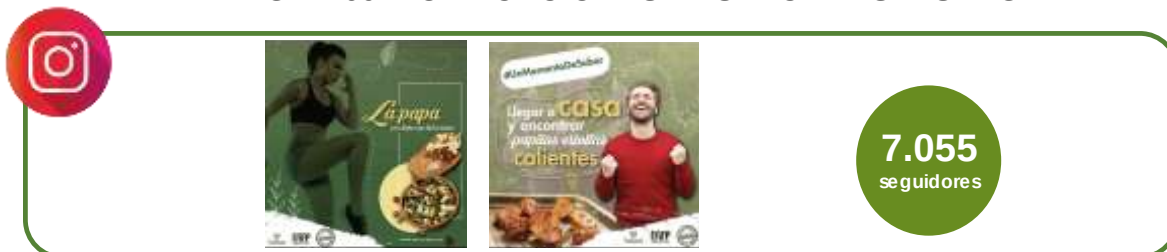
IMAGEN 68. PUBLICACIONES DESTACADAS INSTAGRAM



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – Contenidos en Instagram que buscan comunicar la facilidad y adaptabilidad de la papa como alimento en: @preparalapapa.

Se logró identificar grupos de personas interesadas en temas como alimentación, recetas, papas, nutrición y comida. Se observó cuáles son los grupos de segmentación que presentaron más alcance e interacción, como recetas y gastronomía.

IMAGEN 69. PUBLICACIONES DESTACADAS INSTAGRAM



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP –Informe de cierre KEPE Agencia
Corte a 30 de septiembre del 2019

En cuanto a la comunidad cautivada en esta red social, al inicio de la campaña se contaban con 3.878 seguidores, lo cual con la gestión de contenidos y la pauta fue aumentando hasta cerrar con 7.055 seguidores evidenciando un crecimiento del 55% en la ejecución hecha.

GOOGLE DISPLAY



La pauta de Google Adwords principalmente se enfocó en aumentar el tráfico del sitio web de la página de la campaña, para lo cual la inversión contó con variables de medición como cantidad de clicks e impresiones en el anuncio publicitario, el cual se ubicó junto a los resultados de búsqueda o encima de estos.



IMAGEN 70. HOME PREPARALAPAPA.COM



Fuente: Imagen home inicial página web campaña consumo 2019. www.preparalapapa.com

TABLA 35. INDICADORES DE RESULTADO SEM DISPLAY

CAMPAÑAS	CLICKS	IMPRESIONES	CTR *
9	17.444	6.212.909	0,43%

*CTR= (Número de clics / Número de impresiones) x 100 Es el número de clics que obtiene un enlace respecto a su número de impresiones y siempre se calcula en porcentaje.

IMAGEN 71. ANUNCIOS RED DISPLAY



Fuente: Formatos display de 1600x600, 1200x600 y 250x300 pixeles.

TABLA 36. INDICADORES DE RESULTADO ANALYTICS

USUARIOS NUEVOS	VISITAS	PÁGINAS/SESIÓN	DURACIÓN MEDIA POR SESIÓN
14.259	53.179	3,11	1:19"

Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – Estadísticas de Google Analytics de la página web preparalapapa.com

Corte a 30 de septiembre del 2019

IMAGEN 72. GOOGLE ANALYTICS PREPARALAPAPA.COM



Fuente: Campaña consumo 2019 / FNFP – Estadísticas de Google Analytics información agencia

Para el cierre de la campaña se logró un alcance de visibilidad de toda la pauta de 6.400.000, únicamente en Google ADS sin contar el impacto generado en redes sociales, lo cual arroja que durante 6 meses la presencia en los diferentes canales digitales fue masiva, incrementando las visitas al sitio web, los seguidores y el engagement de cada red.

En cuanto al tráfico de visitantes al sitio web, al inicio de la campaña se tenía un promedio de mensual de 3.200, y para el cierre de la campaña digital se logró llegar a 6.397 usuarios que visitaron la página en donde la mayor sin lugar a duda fue el recetario.

ESTUDIO NIELSEN - CONSUMO PER CÁPITA DE PAPA

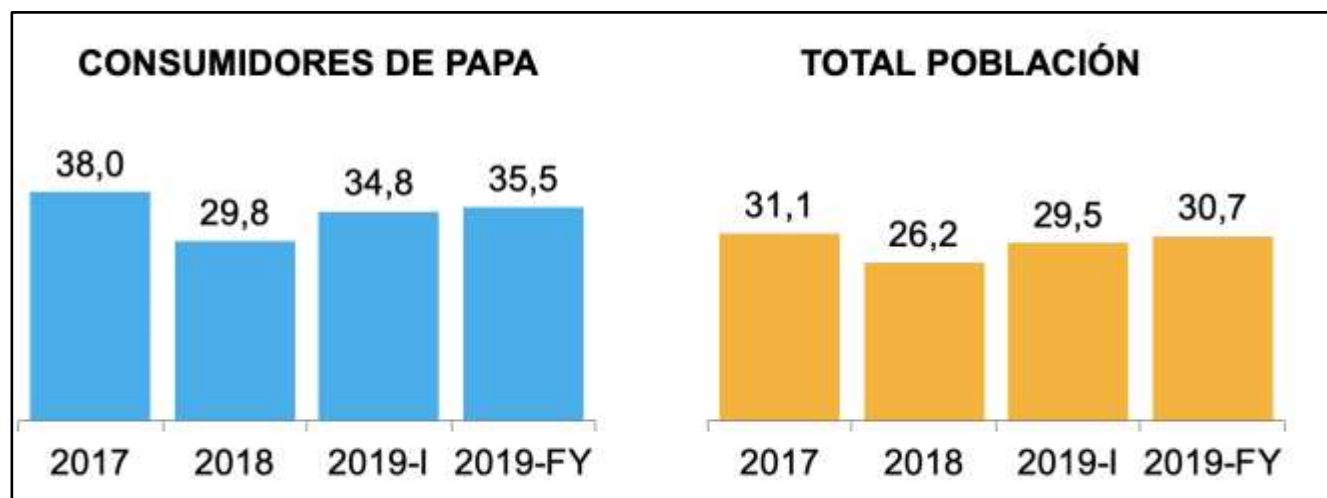


Como resultado del estudio hecho por Nielsen en el 2019 del cierre del semestre inicialmente se evidencia el impacto que tuvo el cambio de metodología en el resultado del consumo Per cápita de los colombianos durante ese año. Es importante mencionar que la primera metodología usada por Nielsen estudiaba el consumo de papa únicamente en los hogares Nielsen los cuales oscilan entre 4.000, mientras que la

segunda metodología contempla un universo de hogares de 5.4 millones de personas. Así mismo los controles de calidad en la anterior metodología manejaban unos controles manuales en la medición de cada ciudad, mientras que la nueva metodología tiene controles estándar y longitudinales considerando el consumo previo.

Cabe mencionar que el estudio presentado toma como muestra de medición el segmento de los hogares, arrojando así que, del total de la población en Colombia, el 35,5% son consumidores de papa.

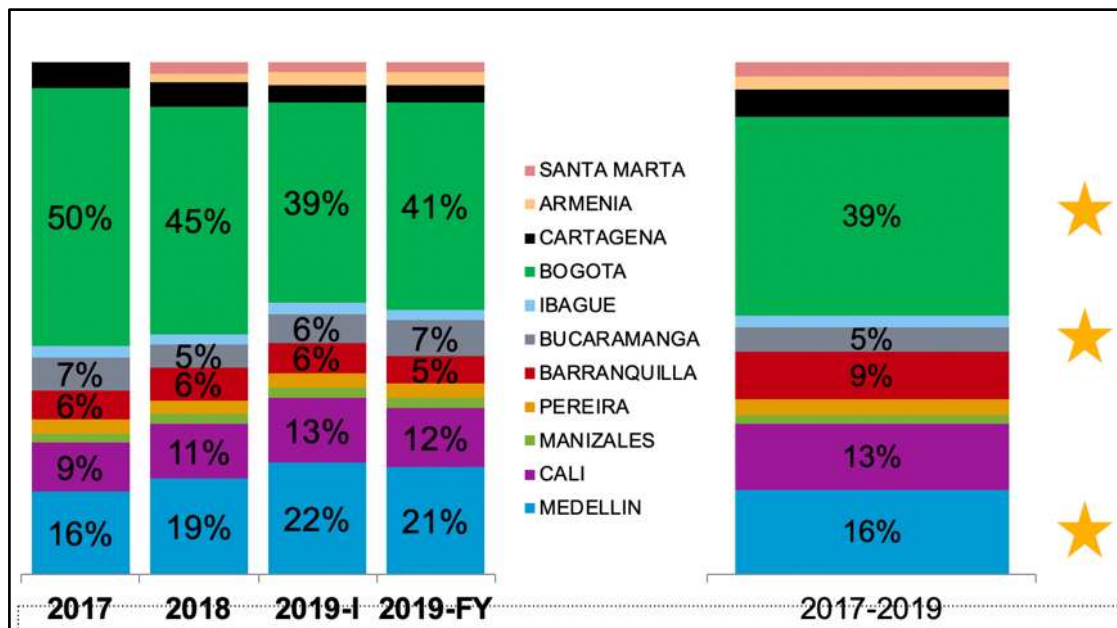
GRÁFICO 6. CONSUMO PÉR CÁPITA T. COLOMBIA



Fuente: Informe entregado por Nielsen – Gestión 2019

De igual forma el estudio muestra en detalle en qué ciudades el consumo de papa se ha fortalecido, tomando como base el volumen de la población de cada ciudad y las cifras de consumo desde el 2017. A simple vista se detecta un mercado de consumo recuperado en Bogotá y un esfuerzo por fortalecer ciudades como B/manga y Medellín.

GRÁFICO 7. VOLUMEN / POBLACIÓN X CIUDAD



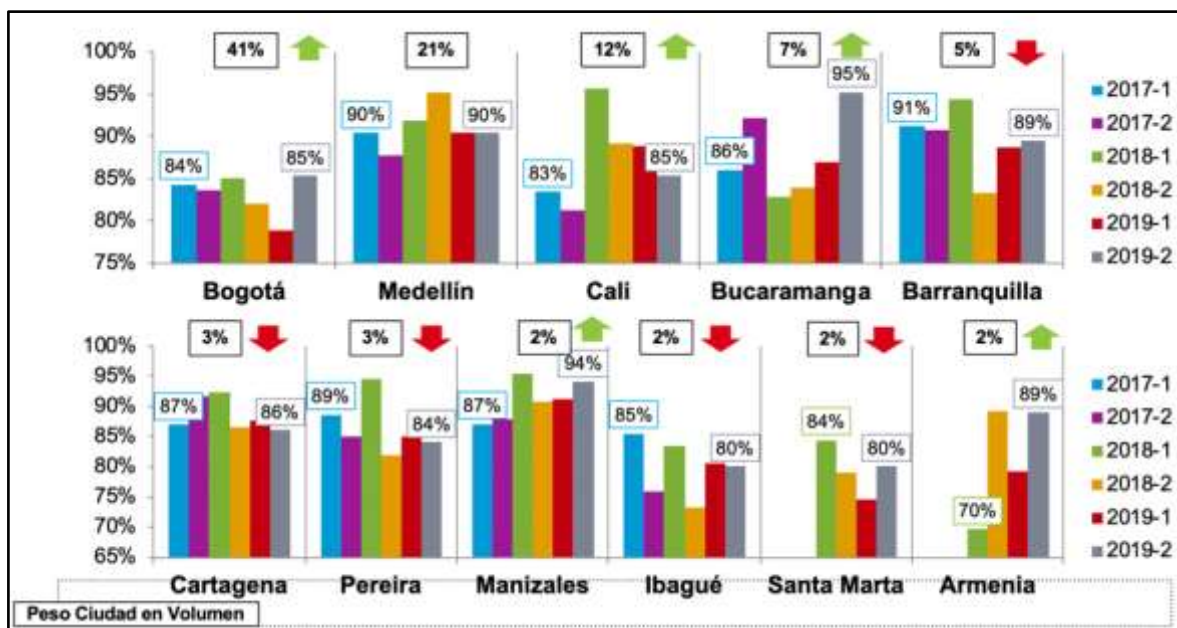
Fuente: informe entregado por Nielsen – Gestión 2019

HÁBITOS DE COMPRA

El consumo de papa en el 2019 presenta un estado de sostenimiento; del 100% de la participación del mercado, actualmente la papa tiene el 95% arrojando una alta penetración en el mercado. Como se evidencia en el gráfico 7. volumen / población x ciudad gran parte de las ciudades se recuperan en comparación con los años anteriores.

La variación en el CPC de papa se está viendo afectado por la penetración e intensidad de compra de los hogares. Aunque gran parte de la población sigue asistiendo a los puntos de venta, ya no lo hace con la misma intensidad, un caso puntual es Bogotá la región de mayor volumen de compra, pero tiene la segunda penetración más baja, este escenario nos invita a incrementar la frecuencia de uso del producto, combinar una estrategia de promoción y motivar a través de nuevas formas de comunicación a los consumidores actuales de seguir prefiriendo la papa en su alimentación.

GRÁFICO 8. PENETRACIÓN



Fuente: informe entregado por Nielsen – Gestión 2019

En la mayoría de las principales ciudades se recupera penetración a excepción de B/quilla, siendo B/manga la ciudad que más crece en penetración en el largo plazo. En cuanto a las preferencias de consumo de los hogares la mayoría está adoptando más la *papa regular* que la *papa criolla*, siendo Medellín y B/manga una de las regiones de mayor crecimiento en penetración.

HÁBITOS DE CONSUMO

Es evidente que el principal momento de consumo de papa es el almuerzo, sin embargo, en la siguiente imagen 73: momentos de consumo se logra evidenciar que en la costa es común el consumo del alimento en desayunos y comidas. Predomina en consumo en hogares ubicados en Armenia, Cali, Ibagué, Manizales y Pereira; con sorpresa en Bogotá tiene un momento de consumo que va en aumento y es el desayuno.

IMAGEN 73. MOMENTOS DE CONSUMO



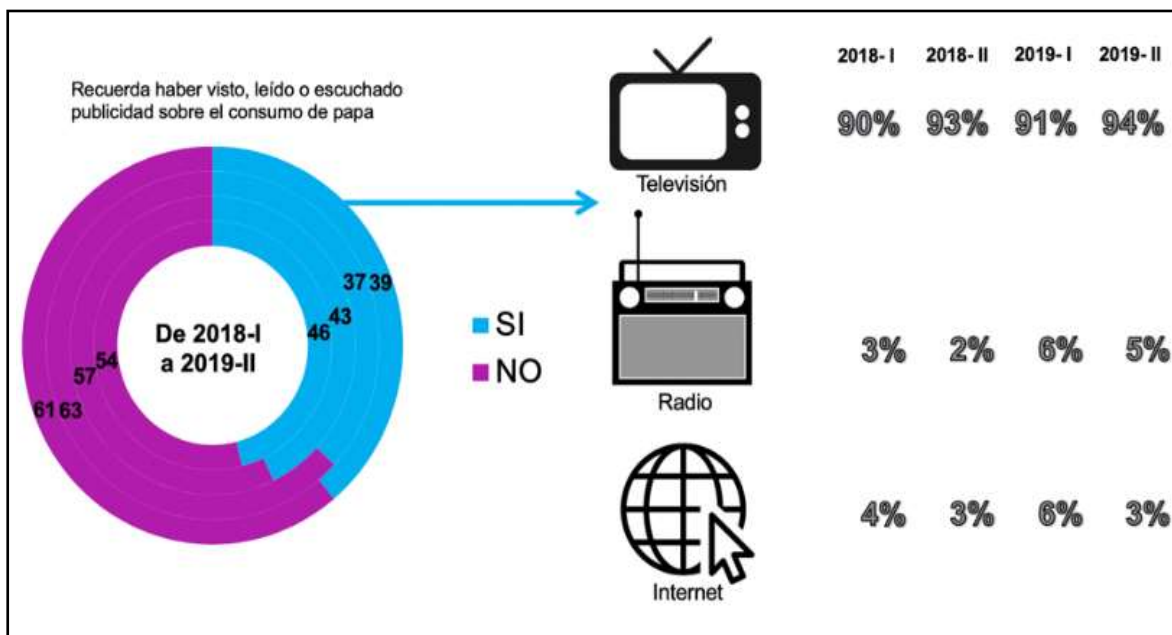
Fuente: informe entregado por Nielsen – Gestión 2019

De los hogares estudiados el 91% suelen comprar papa para destinarla a un tipo de preparación, es así como las sopas siguen siendo los más común para el almuerzo y el desayuno. Principalmente en hogares como Medellín, Cali y Manizales el 77% de los hogares acompañan la preparación de papa con dos o más alimentos.

LA PUBLICIDAD EN CAMPAÑA CONSUMO

Dentro de los hogares encuestados un gran porcentaje recuerda haber oído publicidad sobre la papa a través de comerciales emitidos en televisión, de esta forma en el mediano plazo ha sido el medio con mayor impacto en la campaña. Sin embargo, en respuesta a la pregunta ¿recuerda haber visto, leído o escuchado publicidad sobre el consumo de papa? Aún un gran porcentaje de la encuesta manifiesta que no, lo cual nos motiva a continuar con una divulgación masiva de las virtudes de consumir papa en cualquier momento.

GRÁFICO 9. RECONOCIMIENTO PUBLICITARIO HACÍA LA PAPA

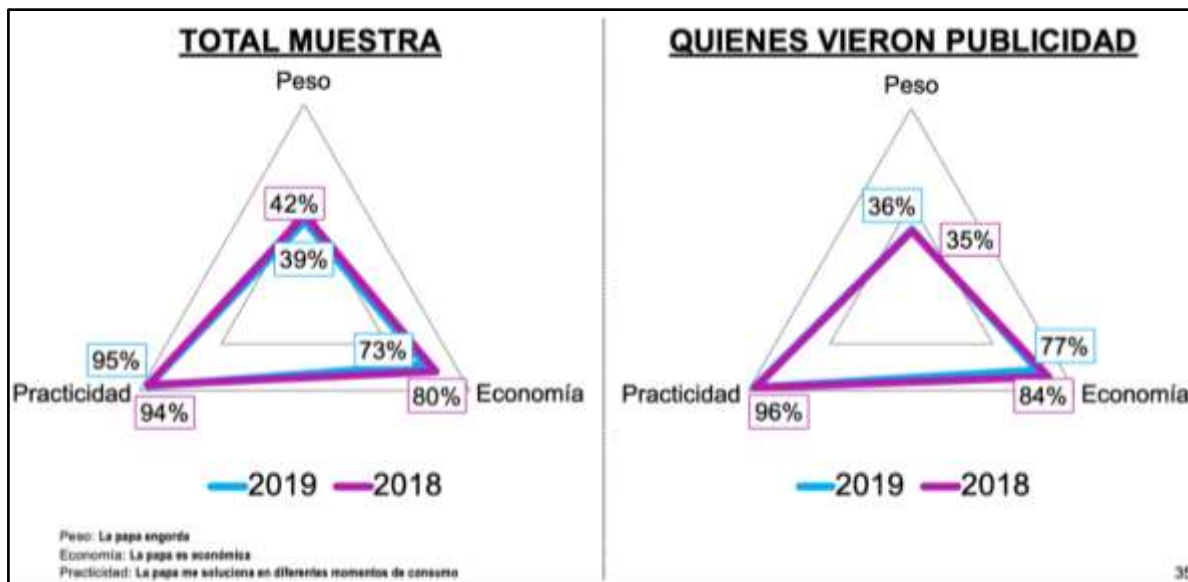


Fuente: informe entregado por Nielsen – Gestión 2019

De los mensajes emitidos en los diferentes medios y bajo el estudio de Nielsen, la campaña en el 2019 tiene un menor nivel de reconocimiento publicitario frente al 2018, teniendo presente que el presupuesto del 2019 fue inferior. Sin embargo, internet y radio son los medios que más crecen vs el 2018; en cuanto al impacto de las nuevas tecnologías hoy día y su crecimiento, Internet es toda una oportunidad para mejorar la estrategia digital, mejorando así el posicionamiento del sitio web y con ello el contenido de recetas emitido, hay una oportunidad de generar alianzas con páginas ya posicionadas y líderes de marca que hacen voz a voz eficiente de la campaña.

En la mente del consumidor los mensajes más posicionados son los que hacen referencia a “La papa da energía”, en ciudades como Pereira, Cali, Bogotá y Santa Marta. Es importante trabajar en el mensaje “La papa es saludable” ya que según ese estudio el consumidor no lo está recordando.

IMAGEN 74. RECONOCIMIENTO PUBLICITARIO HACÍA LA PAPA



Fuente: informe entregado por Nielsen – Gestión 2019

La percepción del consumidor frente al consumo de papa tiene dos ejes principales, el consumidor sostiene que prefiere consumir papa por su *practicidad* y *economía*. Frente a la gestión del 2018, en el 2019 el mensaje de “La papa engorda” incremento un punto porcentual, sin embargo, los puntos fuertes en la comunicación de la campaña deben estar orientados en lo que el consumidor percibe, con ello a afinidad del mensaje será mayor.

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

La inversión del proyecto se ejecutó con la aprobación previa de la junta directiva, los recursos presupuestales aprobados para la campaña promoción al consumo 2019 estuvieron discriminados por contratación según el medio, así mismo los gastos fijos de servicios personales como nómina y gastos generales del proyecto estuvieron aprobados y en el 2019 se desarrolló un control presupuestal acorde al rubro final que la junta destino.

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$75.725.150	\$75.314.051	99,46%
NÓMINA	\$75.725.150	\$75.314.051	99,46%
GASTOS GENERALES	\$5.349.690	\$4.809.776	89,91%
MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA	\$4.419.690	\$3.890.816	88,03%
CAPACITACIÓN	\$160.000	\$160.000	100,00%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$500.000	\$489.960	97,99%
MANTENIMIENTO	\$30.000	\$30.000	100,00%
TRANSPORTE, FLETES Y ACARREOS	\$240.000	\$239.000	99,58%
ESTUDIOS Y PROYECTOS	\$833.100.360	\$831.742.242	99,84%
ATL	\$595.295.584	\$595.295.516	100,00%
BTL	\$142.227.259	\$140.879.211	99,05%
DIGITAL	\$95.577.517	\$95.567.515	99,99%
TOTAL	\$914.175.200	\$911.866.069	99,75%

CONTRAPARTIDA FEDEPAPA

ÍTEM	CONTRAPARTIDA	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$85.003.267	\$85.003.267	100,00%
NOMINA	\$85.003.267	\$85.003.267	100,00%
GASTOS GENERALES	\$78.024.712	\$78.024.712	100,00%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$78.024.712	\$78.024.712	100,00%
TOTAL PRESUPUESTO	\$163.027.979	\$163.027.979	100,00%

8.4.2. PROYECTO: PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN A TRAVÉS DE AGROEXPO

DESCRIPCIÓN GENERAL

Agroexpo en su vigésima segunda edición realizada del 11 al 21 de julio de 2019, fue el escenario que reunió a la industria agropecuaria representativa del país. Para el sector productor de papa fue un espacio de interacción, intercambio de conocimientos y divulgación de las diferentes acciones que el Fondo Nacional de Fomento de la Papa ha estado desarrollando desde su creación.

Como Fondo es importante orientar al productor sobre la oportunidad y competitividad que puede tener en el mercado, así mismo la correcta identificación de nuevos proyectos en el sector y la mayor integración de la cadena productiva; todo esto con el fin de apuntar hacia la modernización e innovación en su producción, y a su vez comunicar sobre la campaña de consumo no solo al producto sino a posibles aliados.

COBERTURA:

Nacional.

OBJETIVO GENERAL

Participar en Agroexpo 2019, evento masivo que permitió propiciar y divulgar con facilidad la labor y las acciones del Fondo nacional de Fomento de la Papa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo Específico 1: Contar con una agencia para la propuesta de diseño, desarrollo del mobiliario y logística en Agroexpo 2019.

Meta: Contratar una agencia propuesta integral para el concepto de la participación en Agroexpo 2019

TABLA 37. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO

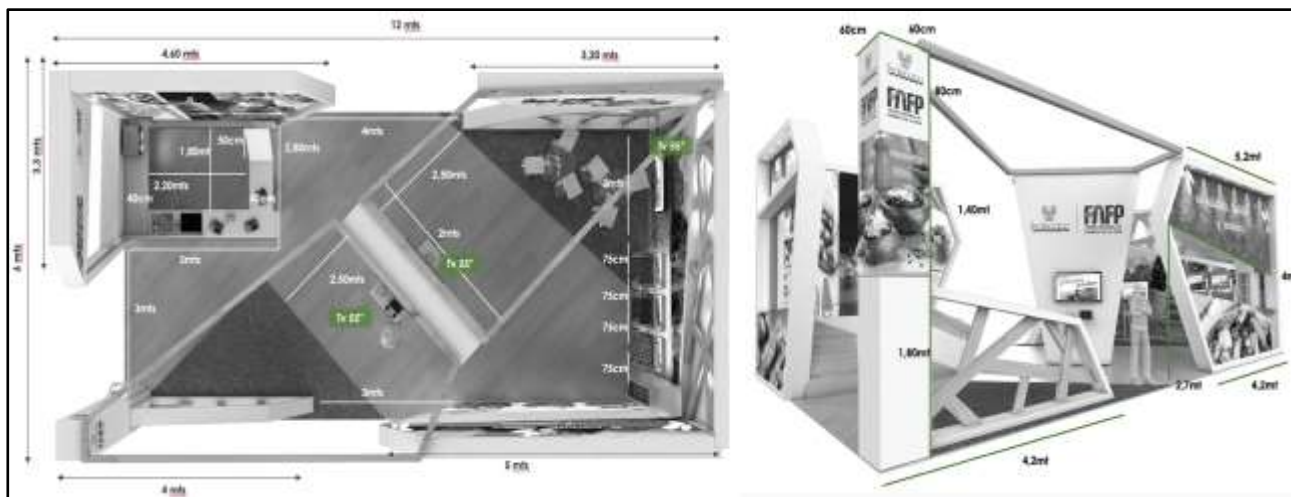
META	EJECUCIÓN	% CUMPLIMIENTO
Contratar una propuesta de Diseño y desarrollo de stand	Una (1) Agencia para desarrollo de stand	100%

CONTRATACIÓN AGENCIA DE DISEÑO Y LOGÍSTICA PARA AGROEXPO 2019

Se realizó una convocatoria del 13 al 27 de marzo de 2019 para contratar una empresa de diseño, desarrollo de mobiliario, actividades interactivas y logística, que permitiera divulgar los proyectos de FEDEPAPA – FNFP, a la cual se presentaron cinco proponentes: IFLEX PS S.A.S., LA AGENCIA COLOMBIA S.A.S., UNIQUE CONCEPT y BRAND SHOW S.A.S.

El día 27 de marzo se dio lugar a la sustentación de las propuestas, se evaluó la estrategia, optimización del presupuesto y valores agregados. Como resultado del proceso, el proyecto fue adjudicado al proponente IFLEX. PS S.A.S, la propuesta plantea un diseño de mobiliario innovador, con espacios agradables y se ajusta a los entregables planteados dentro de la convocatoria, además el proveedor demostró experiencia en el desarrollo de este tipo de actividades.

IMAGEN 75. PLANOS TÉCNICOS DE LA PROPUESTA DE STAND



Fuente: Mercadeo FNFP - Plano técnico, vista superior y lateral derecha de la propuesta de stand de 72 mt² (12 mt de profundidad, por 6 mt de ancho y 4 mt de alto).

IMAGEN 76. RENDER DE LA PROPUESTA DE STAND



Fuente: Mercadeo FNFP - Diseño del mobiliario vista frontal, caracteriza por la robustez en la estructura, iluminación, contenido visual y el espacio suficiente para transitar.

El diseño del stand contempló cinco escenarios, con el fin de desarrollar en cada uno de estos unas actividades principales, las cuales permitieron divulgar al asistente los proyectos que desarrolla la federación y el fondo en pro del crecimiento del sector productor de papa. Actividades que se mencionan a continuación.

Espacio 1. Experiencia gastronómica: A través de shows gastronómicos desarrollados por el chef, se buscó mostrar la versatilidad de la papa con preparaciones en vivo y entrega de degustaciones.

Espacio 2. Video juego: Actividad que motivó el ingreso del público visitante al stand, allí el jugador interactuó con el reto que constaba en acumular la mayor cantidad de papas en un recorrido, atravesar los obstáculos y al final reclamar su recetario.

Espacio 3. Photobooth: Permitió al asistente a la feria, conocer en detalle un cultivo de la papa, sumergirse en la realidad virtual y poder tener un recuerdo en físico de su paso por el stand.

Espacio 4. Feria de papa y productos derivados de papa: Para FEDEPAPA – FNFP es fue importante abrir espacios a los productores emprendedores, que sirvieron como vitrina para mostrar todo el potencial comercial que hay alrededor de la papa.

Espacio 5. Punto de información: Este espacio dio información, asesoría, relaciones institucionales, acercamiento con los diferentes actores que hacen parte de la cadena productiva que deseen obtener información técnica, gremial, de recaudo de la cuota de fomento de la papa y sobre el consumo de papa.

EXPERIENCIA GASTRONÓMICA



33 TALLERES



1,800
DEGUSTACIONES

IMAGEN 77. ACTIVACIÓN DE CONSUMO A TRAVÉS DE RECETAS



Fuente: Informe de la Agencia: IFLEX. PS S.A.S – Agroexpo 2019

Durante la feria se destacaron momentos de verdad, en los que hubo contacto directo con el consumidor como: Experiencia gastronómica allí la intervención del chef permitió compartir recetas prácticas a su vez compartir información de interés que motivará el consumo de papa, el siguiente momento de verdad fue la experiencia de negocios evidenciada con charlas, atención a medios de comunicación y diferentes federaciones. Finalmente se obtuvo una base de datos propia de 3.509 asistentes activos al stand.

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$1.650.000	\$1.650.000	100,00%
HONORARIOS	\$1.650.000	\$1.650.000	100,00%
GASTOS GENERALES	\$188.140.000	\$178.862.189	95,07%
DIVULGACIÓN	\$64.800.000	\$62.032.403	95,73%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$120.340.000	\$113.829.786	94,59%
TRANSPORTE, FLETE Y ACARREO	\$3.000.000	\$3.000.000	100,00%
TOTAL	\$189.790.000	\$180.512.189	95,11%

CONTRAPARTIDA FEDEPAPA

ÍTEM	CONTRAPARTIDA	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$11.799.098	\$11.799.098	100,00%
NOMINA	\$11.799.098	\$11.799.098	100,00%
GASTOS GENERALES	\$24.753.089	\$24.753.089	100,00%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$24.753.089	\$24.753.089	100,00%
TOTAL PRESUPUESTO	\$36.552.187	\$36.552.187	100,00%

9. SISTEMAS - CUMPLIMIENTO NORMAS DERECHO DE AUTOR

De conformidad con la ley, todas las aplicaciones y software con que cuenta el Fondo Nacional de Fomento de la Papa están completamente licenciadas, por lo tanto, se cumple cabalmente con lo estipulado en la Ley 603 de 2000.

La responsabilidad por el cumplimiento de esta norma corresponde a FEDEPAPA como administrador del Fondo, quien responderá solidariamente e ilimitadamente por los perjuicios que se puedan generar por el incumplimiento de estas normas.

10. CONTRATACIONES Y SEGUROS

Con corte a 31 de diciembre de 2019, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa ha celebrado los siguientes contratos:

No	OBJETO	VALOR CONTRATO	CLASE DE CONTRATO	CONTRATISTA	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN	% AVANCE
010	Prestación de servicios de Auditoria Interna del Fondo Nacional de Fomento de la Papa – FAFPP, teniendo en cuenta el decreto 2025 de 1996.	\$ 50.213.333	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	GLOBAL BUSINESS PARTNER AUDIT SAS	2018/04/02	2019/03/31	100%
012	El comodante entrega en comodato a él comodatario un sistema de fertirriego para para 3 hectáreas que éste se compromete a emplear con el mayor cuidado.	\$ 27.000.000	COMODATO	GRUPO AGROINDUSTRIAL CAMVER S.A.S.	2018/04/15	2019/12/30	100%
017	Ejercer la representación judicial de los intereses de FEDEPAPA – FAFPP en la Acción de Rendición de Cuentas que se presentará en contra de ASOHOFRUCOL en calidad de administrador del Fondo Nacional de Fomento Hortifruticola, ante la Jurisdicción Civil Ordinaria durante el trámite de la primera instancia.	\$ 95.200.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	GABRIEL HERNÁNDEZ VILLARREAL ABOGADOS SAS	2018/06/28	2019/12/31	100%
001	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	LADY CRISTINA ROSERO CONSTAIN	2019/01/08	2019/02/22	100%
002	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	CARLOS GERMAN CHAMORRO CADENA	2019/01/08	2019/02/22	100%
003	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	NANCY ALEXANDRA SÁNCHEZ PEDRAZA	2019/01/08	2019/02/22	100%
004	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	LEIDY LORENA RÍOS ROJAS	2019/01/08	2019/02/22	100%
005	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	EDWIN JAVIER QUINTANA RINCÓN	2019/01/08	2019/02/22	100%
006	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	LEIDY YIZETH GARCÍA ORJUELA	2019/01/08	2019/02/22	100%

No	OBJETO	VALOR CONTRATO	CLASE DE CONTRATO	CONTRATISTA	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN	% AVANCE
007	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	OMAR FERNANDO ÁVILA LEÓN	2019/01/08	2019/02/22	100%
008	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	NÉSTOR ORLANDO VERDUGO NIÑO	2019/01/08	2019/02/22	100%
009	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	SANDRA MILENA REYES RODRÍGUEZ	2019/01/08	2019/02/22	100%
010	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	ÁNGEL DAVID VELASCO SALCEDO	2019/01/08	2019/02/22	100%
011	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	ALEXANDRA LARA BAENA	2019/01/08	2019/02/22	100%
012	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	OSCAR HERNÁN SIERRA MOYA	2019/01/08	2019/02/22	100%
013	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	BERNARDO ANTONIO DOTOR CASALLAS	2019/01/08	2019/02/22	100%
014	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	CARLOS HUMBERTO RUBIO VALERO	2019/01/08	2019/02/22	100%
015	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	MAURICIO ORLANDO SARCHI PINCHAO	2019/01/08	2019/02/22	100%
016	Identificar y seleccionar productores aportantes de la cuota de fomento de la papa en la zona asignada, en el marco del proyecto ITPA.	\$ 5.775.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	JAIME DARÍO PÉREZ SOLER	2019/01/08	2019/02/22	100%
017	Diseñar, desarrollar y realizar la puesta en marcha de un software especializado a la medida, para la sistematización y control de la cuota de fomento del Fondo Nacional de Fomento de la Papa.	\$ 30.000.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	JAIME BETANCOURT CALA	2019/01/24	2020/04/15	76%
018	Desarrollar la implementación de las normas internacionales de contabilidad para el sector público (NICSP) en el sistema contable SAP.	\$ 8.000.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	MARCO TULIO PARDO ROMERO	2019/03/07	2019/03/29	100%
019	Prestar servicios como asesor y conferencista en actividades de promoción al consumo de la papa, en el marco de la campaña "una papa bien preparada".	\$ 10.833.355	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	LEONEL ARMANDO JARAMILLO SANABRIA	2019/04/08	2019/09/30	100%

No	OBJETO	VALOR CONTRATO	CLASE DE CONTRATO	CONTRATISTA	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN	% AVANCE
020	Prestar servicios como proveedor de degustaciones e insumos gastronómicos para las actividades de promoción al consumo de la papa, en el marco de la campaña "una papa bien preparada".	\$ 12.950.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	LEONEL ARMANDO JARAMILLO SANABRIA	2019/04/08	2019/09/30	100%
021	Prestar servicios como proveedor de pauta publicitaria multimedia directa, teniendo en cuenta los antecedentes y los pilares de comunicación del plan estratégico de mercadeo 2017 -2021.	\$ 485.631.654	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	CARACOL TELEVISIÓN S.A.	2019/03/28	2019/08/30	100%
022	Prestar servicios como proveedor para la realización de 1.071 análisis de suelos de elementos disponibles en la solución de suelo.	\$ 101.745.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	AGRILAB LABORATORIOS S.A.S.	2019/04/01	2019/07/30	100%
023	Prestar servicios como proveedor para la creación, implementación y ejecución de estrategias de comunicación digital, a través de la administración de la página web y redes sociales, teniendo en cuenta los antecedentes y los pilares de comunicación del plan estratégico de mercadeo 2017 - 2021.	\$ 82.543.485	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	KEEP AGENCIA S.A.S.	2019/03/28	2019/09/30	100%
024	Prestación de servicios de Auditoria Interna del Fondo Nacional de Fomento de la Papa – FNFP, teniendo en cuenta el decreto 2025 de 1996.	\$ 63.840.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	GLOBAL BUSINESS PARTNER AUDIT	2019/04/05	2020/03/31	75%
025	Prestar servicios como proveedor para el desarrollo y la logística de acciones "below the line" btl, dándole continuidad a "la escuela de la papa" en el marco de la campaña "una papa bien preparada te soluciona".	\$ 70.000.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	IFLEX PS S.A.S.	2019/04/08	2019/09/30	100%
026	Prestar servicios como proveedor para desarrollar una medición sobre el consumo de papa en fresco, en lo referente a penetración, cantidad, promedio, perfil demográfico de los hogares con producto, percepción de los hogares frente a la publicidad en lo referente a penetración y características demográficas de los hogares utilizando para ello la metodología homescan.	\$ 54.831.931	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	AC NIELSEN DE COLOMBIA LTDA	2019/04/30	2019/07/30	100%
027	El vendedor se obliga a transferir a título de venta al comprador la cantidad de 1010 bultos de semilla certificada ica, de la variedad diacol capiro.	\$ 65.650.000	COMPRA VENTA	PLANTAR DE COLOMBIA LTDA	2019/05/22	2019/07/25	100%
027	Prestar servicios como proveedor para el diseño, desarrollo de mobiliario, actividades interactivas y logística para la participación en agroexpo 2019	\$ 106.979.572	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	IFLEX PS S.A.S.	2019/06/26	2019/08/30	100%
028	Prestar servicios como proveedor de 3.300 degustaciones e insumos para 33 shows gastronómicos en AGROEXPO 2019.	\$ 13.020.428	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	LEONEL ARMANDO JARAMILLO SANABRIA	2019/07/04	2019/07/30	100%
029	Prestar servicios como proveedor para desarrollar una medición sobre el consumo de papa en fresco, en lo	\$ 54.831.931	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	AC NIELSEN DE COLOMBIA LTDA	2019/08/01	2019/10/30	100%

No	OBJETO	VALOR CONTRATO	CLASE DE CONTRATO	CONTRATISTA	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN	% AVANCE
	referente a penetración, cantidad, promedio, perfil demográfico de los hogares con producto, percepción de los hogares frente a la publicidad en lo referente a penetración y características demográficas de los hogares utilizando para ello la metodología homescan.						
030	El vendedor se obliga a entregar al comprador a título de venta en las cantidades, características, marca, valores unitarios, garantías, valor total y cantidades especificadas en la cotización presentada el día 17 de septiembre del 2019, la cual hace parte integral del presente documento y se anexa en original.	\$ 99.909.081	COMPRA VENTA	FERTIRRIEGO LTDA	2019/10/15	31/12/2019	100%
031	Ejercer la representación judicial de los intereses de Fedepapa – FAFIP en la acción de solicitud de pruebas extraprocesales, ante la jurisdicción civil ordinaria, cuyas pretensiones se ventilan por la vía declarativa en contra de cuatro personas naturales y/o jurídicas obligadas a pagar la cuota de fomento de la papa de conformidad con lo dispuesto en la ley 1707 de 2014	\$ 10.000.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	DIEGO ALEJANDRO HERRERA MONTAÑEZ	2019/10/28	2020/04/15	38%
032	El comodante entrega en comodato a él comodatario un sistema manual de fertirriego por goteo para 2 hectáreas, que éste se compromete a emplear con el mayor cuidado.	\$ 26.191.713	COMODATO	COOPERATIVA AGRÍCOLA ESPECIALIZADA DE LA UNIÓN ANTIOQUIA	2019/10/28	2020/06/30	26%
033	El comodante entrega en comodato a él comodatario un sistema manual de fertirriego por goteo para 2 hectáreas, que éste se compromete a emplear con el mayor cuidado.	\$ 26.234.901	COMODATO	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE PAPA Y CULTIVOS DE CLIMA FRÍO	2019/10/28	2020/06/30	26%
034	El comodante entrega en comodato a él comodatario un sistema manual de fertirriego por goteo para 2 hectáreas, que éste se compromete a emplear con el mayor cuidado.	\$ 23.320.567	COMODATO	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS OBRAPIA TOCA	2019/10/28	2020/06/30	26%
035	El comodante entrega en comodato a él comodatario un sistema manual de fertirriego por goteo para 2 hectáreas, que éste se compromete a emplear con el mayor cuidado.	\$ 24.161.900	COMODATO	ASOCIACIÓN AGROPECUARIA NUEVO BOLIVAR	2019/10/28	2020/06/30	26%

11. ACTIVOS

Con corte a 31 de diciembre de 2019, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa ha adquirido los siguientes activos:

Cifras en pesos

DENOMINACIÓN ACTIVO FIJO	CANTIDAD ACTIVOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL KYOCERA	1	\$2.879.800	\$2.879.800
PORTÁTIL DELL VOSTRO	2	\$1.990.000	\$3.980.000
SCANNER EPSON DS-7500	1	\$3.845.985	\$3.845.985
TABLET YOGA TAB3 E1034092	22	\$640.000	\$14.080.000
TODO EN UNO DELL OPTIPLEX CGMM 152	1	\$2.350.000	\$2.350.000
SISTEMA AUTOMÁTICO FERTIRRIEGO	1	\$26.234.901	\$26.234.901
SISTEMA MANUAL FERTIRRIEGO	1	\$23.320.567	\$23.320.567
SISTEMA DE RIEGO POR GOTEÓ	1	\$24.161.900	\$24.161.900
SISTEMA DE RIEGO POR GOTEÓ	1	\$26.191.713	\$26.191.713
TOTAL ACTIVOS FIJOS ENERO A DICIEMBRE DE 2019			\$127.044.866

12. ELECCIÓN Y REUNIONES JUNTA DIRECTIVA

Se realizó convocatoria para la elección de miembros de la Junta Directiva del FNFP para el periodo 2019 -2021, términos de referencia que fueron publicados en la página web institucional del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y de la entidad administradora del Fondo, aplicando 6 organizaciones como candidatos y 10 organizaciones como electores, los cuales fueron:

ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES HABILITADAS COMO CANDIDATOS	
DEL ORDEN NACIONAL	DEL ORDEN REGIONAL
Federación Colombiana de Productores de papa - FEDEPAPA	Corporación de Productores de Papa de Nariño - CORPANAR
	Asociación de Cultivadores y Comercializadores de Papa de Sibaté - ASOPAPA
	Asociación de Productores y Comercializadores de Papa de Belén - ASPROPABELÉN
	Asociación de Productores Agropecuarios de San José del Gacal - ASOPSAG
	Cooperativa Agrícola Especializada de la Unión Antioquia - COAGROUNIÓN
ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES HABILITADAS COMO ELECTORES	
DEL ORDEN NACIONAL	DEL ORDEN REGIONAL
Federación Colombiana de Productores de papa - FEDEPAPA	Corporación de Productores de Papa de Nariño - CORPANAR
	Asociación de Cultivadores y Comercializadores de Papa de Sibaté - ASOPAPA
	Asociación de Productores y Comercializadores de Papa de Belén - ASPROPABELÉN
	Asociación de Productores Agropecuarios de San José del Gacal - ASOPSAG
	Cooperativa Agrícola Especializada de la Unión Antioquia - COAGROUNIÓN
	Asociación de Productores de Papa de La Calera
	Asociación de Productores de Papa del Municipio de Pasca - ASOPAPAS
	Asociación de Paperos de Sutamarchán
	Cooperativa Integral de Productores de Papa de Motavita - COOINMOTAVITA

El 15 de marzo se llevó a cabo la reunión de elección de organizaciones de productores de papa del orden nacional y regional para la Junta Directiva del FNFP, obteniendo los siguientes resultados:

ORDEN	CANDIDATO	DEPARTAMENTO	No DE VOTOS
NACIONAL	Federación Colombiana de Productores de papa - FEDEPAPA	Nacional	1
REGIONAL	Corporación de Productores de Papa de Nariño - CORPANAR	Nariño	2
	Asociación de Cultivadores y Comercializadores de Papa de Sibaté – ASOPAPA SIBATÉ	Cundinamarca	3
	Asociación de Productores y Comercializadores de Papa de Belén - ASPROPABELÉN	Boyacá	3
	Asociación de Productores Agropecuarios de San José del Galcal - ASOPSAG	Boyacá	0
	Cooperativa Agrícola Especializada de la Unión Antioquia - COAGROUNIÓN	Antioquia	1
TOTAL VOTOS			10

De acuerdo con la votación efectuada, la Junta Directiva del FNFP por el periodo 2019 – 2021 quedó conformada de la siguiente manera:

- El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o su delegado.
- Por parte de las organizaciones de productores del orden nacional: la Federación Colombiana de Productores de papa – FEDEPAPA, representado por Sergio Andres Martínez Pérez.
- Por parte de las organizaciones de productores del orden regional:
 1. Corporación de Productores de Papa de Nariño – CORPANAR, representado por Luis Felipe Alvarado Espitia.
 2. Asociación de Cultivadores y Comercializadores de Papa de Sibaté – ASOPAPA SIBATÉ, representado por Camilo Antonio Prieto Carrillo.
 3. Asociación de Productores y Comercializadores de Papa de Belén – ASPROPABELÉN, representado por Segundo Fidel Salazar González.



Durante la vigencia 2019 se llevaron a cabo cinco reuniones de Junta Directiva del Fondo Nacional de Fomento de la Papa, mediante Actas No. 23 del 07 de marzo de 2019, No. 24 del 02 de abril de 2019, No 25 del 26 de junio de 2019, No 26 del 24 de septiembre de 2019 y No 27 del 19 de diciembre de 2019, dando cumplimiento así con lo normado.

En estas actas quedan consagrado los temas tratados en cada una de las reuniones, tales como, aprobaciones y compromisos adquiridos por el administrador del fondo. La sesión No. 23 se realizó de carácter extraordinario.

13. ENTIDADES DE CONTROL

El informe Categoría Presupuestal con periodicidad trimestral y presentado en el término legal a través del aplicativo CHIP, se reportó la siguiente información:

- Primer trimestre (1 de enero - 31 de marzo) plazo abril 2019
- Segundo trimestre (acumulado del 1 de enero a 30 de junio) plazo julio 2019
- Tercer trimestre (acumulado del 1 de enero a 30 de septiembre) plazo octubre 2019
- Cuarto trimestre (acumulado del 1 de enero a 31 de diciembre) plazo febrero 2020

El informe Categoría Economía y Finanzas – Personal y Costos con periodicidad anual fue presentado en el término legal a través del aplicativo CHIP en el mes de marzo, con reporte de información comprendida entre enero y diciembre de 2018. El informe de la vigencia 2019 se presentará en el mes de marzo de 2020.

El informe Categoría Contable con periodicidad trimestral y presentado en el término legal a través del aplicativo CHIP, se reportó la siguiente información:

- Primer trimestre (1 de enero - 31 de marzo) plazo abril 2019
- Segundo trimestre (acumulado del 1 de enero a 30 de junio) plazo julio 2019
- Tercer trimestre (acumulado del 1 de enero a 30 de septiembre) plazo octubre 2019
- Cuarto trimestre (acumulado del 1 de enero a 31 de diciembre) plazo febrero 2020

CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA - SIRECI

El informe Categoría Gestión Contractual con periodicidad trimestral y presentado en el término legal a través del aplicativo SIRECI, se reportó la siguiente información:



- Primer trimestre (1 de enero - 31 de marzo) plazo abril 2019
- Segundo trimestre (1 de abril a 30 de junio) plazo julio 2019
- Tercer trimestre (1 de julio a 30 de septiembre) plazo octubre 2019
- Cuarto trimestre (1 de octubre a 31 de diciembre) plazo enero 2020

El informe de cuenta o informe anual consolidado con periodicidad anual presentado en el término legal a través del aplicativo SIRECI en el mes de abril, con reporte de información comprendida entre enero y diciembre de 2018. El informe de la vigencia 2019 se presentará en el mes de marzo de 2020.

14. PLAN DE MEJORAMIENTO

- 1. OBSERVACIÓN No. 01.** Registro de los recaudos. Un gran número de recaudadores no diligencian el formato establecido para el reporte del recaudo - Otros recaudadores lo diligencian, pero no lo envían. - Otros, aunque envían el formato diligenciado, esta información no es registrada y sistematizada por parte del administrador del FNFP.

ACCIÓN DE MEJORA: Generar e implementar un procedimiento de registro del formato establecido en el Decreto 2263.

ACTIVIDAD: Generar e implementar el procedimiento FNFP-I-RC-08 INSTRUCTIVO PARA LA CONSOLIDACIÓN DEL REPORTE MENSUAL CONSOLIDADO.

PORCENTAJE DE AVANCE: 100%

- 2. OBSERVACIÓN No. 02.** Procedimiento de liquidación y cobro de intereses moratorios. La auditoría evidenció que la liquidación de los intereses, no se está realizando de acuerdo con lo establecido en la ley y el procedimiento adoptado, por cuanto los agentes recaudadores, no están realizando las consignaciones por este concepto al ente administrador.

ACCIÓN DE MEJORA: Velar por el cumplimiento del procedimiento establecido para la liquidación de intereses, con el fin de que los agentes recaudadores realicen las consignaciones por este concepto al ente administrador.

ACTIVIDAD: Modificar el procedimiento FNFP-P-RC-33 LIQUIDACIÓN DE INTERESES. Velar por su cabal cumplimiento por parte de los funcionarios del área de recaudo.

PORCENTAJE DE AVANCE: 100%

3. OBSERVACIÓN No. 03. Seguimiento a recaudadores – Asesores de Recaudo.

ACCIÓN DE MEJORA: Generar e implementar un procedimiento de seguimiento y control a los asesores de recaudo, así como las actividades que debe realizar en las visitas.

ACTIVIDAD: Generar e implementar los procedimientos FNFP-I-RC-07 INSTRUCTIVO DE VISITA y FNFP-P-RC-36 SEGUIMIENTO A ASESORES, con el fin de realizar control, seguimiento y acciones de mejora a las actividades de los asesores de recaudo.

PORCENTAJE DE AVANCE: 100%

4. OBSERVACIÓN No. 04. Cumplimiento de las obligaciones a los contratos con la Auditoría interna. Los proyectos no cuentan con las visitas de la Auditoría Interna con el fin de evaluar la correcta liquidación del recaudo e inversión de los recursos en las vigencias 2016 y 2017, conforme la obligación contractual, no hubo visita por parte de la Auditoría Interna; en tal sentido no se cumplió con la obligación legal y contractual de velar por la correcta verificación de la liquidación de las contribuciones parafiscales, el debido pago del recaudo y consignación del mismo, situación que permitiera al fondo tomar los correctivos necesarios para subsanar los errores que no hayan sido detectados por sus asesores.

ACCIÓN DE MEJORA: Exigir el plan de auditoria anual que describa la metodología y objetivos a tratar en la vigencia a desarrollar.

ACTIVIDAD: Elaborar y cumplir el Plan de Auditoria para la vigencia 2019 por parte de la firma seleccionada para el FNFP.

PORCENTAJE DE AVANCE: 100%

- 5. OBSERVACIÓN No. 05.** Inversión de los recursos – Proyectos de Investigación y Transferencia de Tecnología. Se pudo observar que los productores de papa no están cancelando la Cuota de la Contribución Parafiscal que establece la ley. Sin embargo, los mismos están recibiendo beneficios de los Proyectos de Investigación y Transferencia de Tecnología, a los cuales no tendrían derecho por disposición legal.

ACCIÓN DE MEJORA: No entregar beneficios directos a agricultores que no evidencien el pago de la cuota de fomento.

ACTIVIDAD: Seleccionar beneficiarios que cuentan con certificación de pago de cuota de fomento.

PORCENTAJE DE AVANCE: 100%

- 6. OBSERVACIÓN No. 07.** Evasión Cuota parafiscal. Se estableció en las visitas realizadas a los departamentos de Boyacá y Antioquia, que en los eslabones de la cadena tanto el productor como el comprador intermediario, son renuentes al pago de la cuota de esta contribución parafiscal, situación obedece a la ausencia de procedimientos y estrategias por parte del FNFP, para la socialización de la ley.

ACCIÓN DE MEJORA: Fortalecer el proyecto de control a la evasión de la cuota de fomento, así como los procesos y procedimientos del mismo.

ACTIVIDAD: Con el fin de fortalecer el proyecto de Sistematización y control a la evasión de la cuota de fomento, dentro del presupuesto de la vigencia 2019, se contempla la adquisición de las siguientes herramientas: Software especializado - aplicativo diligenciamiento de actas de visita, cartilla guía y material divulgativo, tablets, plan de datos (voz e internet), talento Humano - Contratación de dos asesores de recaudo y talento Humano - Contratación de un analista de recaudo

PORCENTAJE DE AVANCE: 100%

7. OBSERVACIÓN No. 08. Formulación de proyectos de Investigación y Transferencia de Tecnología Núcleos Progresivos Vs. Ejecución.

ACCIÓN DE MEJORA: Generar una caracterización de la comercialización que permita generar proyectos encaminados al fortalecimiento de la misma.

ACTIVIDAD: Aprobación por parte de la Junta Directiva del FNFP en el mes de diciembre de 2019, del Plan Anual de Inversiones y Gastos para la Vigencia 2020, el cual contiene el proyecto de “**Asociatividad y Fortalecimiento Empresarial**” cuyo objetivo es “Fortalecer las competencias productivas, administrativas, financieras y comerciales de organizaciones productoras, bajo un programa de desarrollo empresarial con componentes teórico-prácticos y de aplicación guiada, así como el acompañamiento en la formulación de planes/programas/proyectos cofinanciados que les permita la sostenibilidad y el crecimiento”.

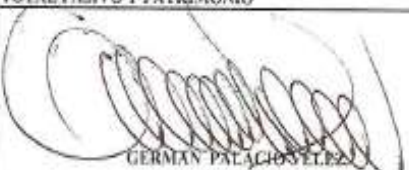
PORCENTAJE DE AVANCE: 100%

15. ESTADOS FINANCIEROS

El Fondo Nacional de Fomento de la Papa en cumplimiento de la Resolución No. 693 del 6 de diciembre de 2016, que modificó la Resolución 533 de 2015, presenta los Estados Financieros bajo Normas Internacionales del Sector Público, contemplando un periodo de transición entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2018, con un balance de apertura a 31 de diciembre de 2017 y el instructivo No. 002 que nos muestra las instrucciones para la transición al marco normativo para entidades de gobierno.

De acuerdo a lo anterior, los estados financieros posteriores se han expresado bajo Normas Internaciones del Sector Público.



 FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA - FAFIP FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA - FAFIP ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA A 31 DE DICIEMBRE DE 2019-2018 (en pesos Colombianos)					
ACTIVO	REVELACIÓN	DICIEMBRE 31/2019	DICIEMBRE 31/2018	VARIAC. ABSOLUTA	VARIACIO N
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFFECTIVO	3	5.915.730.309	2.196.840.301	3.718.890.008	169,28%
BANCOS Y CORPORACIONES FINANCIERAS		1.803.619.818	694.875.325	1.108.744.493	159,56%
CERTIFICADOS DE DEPOSITO A TERMINO		4.112.110.491	1.501.964.976	2.610.145.515	173,78%
DEUDORES	4	-	475.128.502	(475.128.502)	-100,00%
RENTAS PARAFISCALES		-	466.958.974	(466.958.974)	-100,00%
OTROS DEUDORES		-	8.169.528	(8.169.528)	-100%
DEUDAS DE DIFICIL COBRO		33.005.114	31.227.362	1.777.752	5,69%
DETERIORO RENTAS PARAFISCALES		(33.005.114)	(31.227.362)	(1.777.752)	-5,69%
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	5	169.520.291	78.529.749	90.990.542	115,87%
MAQUINARIA, PLANTA Y EQUIPO - EQUIPO AGRICOLA		153.909.081	54.000.000	99.909.081	185,02%
MUEBLES, ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA		13.557.600	13.557.600	-	0,00%
EQUIPO DE COMUNICACION Y COMPUTACION		65.380.927	38.006.000	27.374.927	72,03%
DEPRECIACION ACUMULADA		(63.327.317)	(27.033.851)	(36.293.466)	-134,25%
OTROS ACTIVOS	6	-	-	-	-
INTANGIBLES		32.760.207	22.525.033	10.235.174	45,44%
AMORTIZACION ACUMULADA DE INTANGIBLES		(32.760.207)	(22.525.033)	(10.235.174)	-45,44%
TOTAL PARA EL ACTIVO		6.085.250.600	2.750.498.552	3.334.752.048	121,24%
PASIVO					
CUENTAS POR PAGAR	7	97.343.015	247.986.198	(150.643.183)	-60,75%
ADQUISICION DE BIENES Y SERVICIOS NACIONALES		71.412.333	235.311.014	(163.898.679)	-69,65%
ACREEDORES		20.101.700	-	20.101.700	100%
RETENCION EN LA FUENTE E IMPUESTOS POR PAGAR		5.828.980	12.675.184	(6.846.204)	-54,01%
OBLIGACIONES LABORALES	8	22.153.506	59.088.182	(36.934.676)	-62,51%
SALARIOS Y PRESTACIONES SOCIALES		22.153.506	59.088.182	(36.934.676)	-62,51%
OTROS PASIVOS	9	4.600.925	6.001.420	(1.400.495)	-23,34%
RECAUDOS A FAVOR DE TERCEROS		4.600.925	6.001.420	(1.400.495)	-23,34%
TOTAL PARA EL PASIVO		124.097.446	313.075.800	(188.978.354)	-60,36%
PATRIMONIO					
PATRIMONIO INSTITUCIONAL					
RESULTADOS DE EJER ANTERIORES		2.465.338.183	2.025.319.596	440.018.587	21,73%
IMPACTOS POR TRANSICION NUEVO MARCO REGULATORIO		(27.915.431)	(27.915.431)	-	0,00%
EXCEDENTE / DEFICIT DEL EJERCICIO		3.523.730.402	440.018.587	3.083.711.815	700,81%
TOTAL PATRIMONIO		5.961.153.154	2.437.422.752	3.523.730.402	144,57%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		6.085.250.600	2.750.498.552	3.334.752.048	121,24%
 GERMÁN PALACIOS ELEZA Representante Legal Fondo Nacional de Fomento de la Papa  LUZ MARIA RINCON CALVO Contador Público T.P. No. 40539-T  ALEXANDRA PEDRERO CORTES Auditor Interno T.P.No. 43050-T MIEMBRO GBP AUDIT S.A.S					



INFORME DE GESTIÓN VIGENCIA 2019

FAFP FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA					
FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA - FNFP ESTADO DE RENDIMIENTO FINANCIERO A 31 DE DICIEMBRE DE 2019-2018 (en pesos Colombianos)					
INGRESOS	REVELACIÓN	DICIEMBRE 31/2019	DICIEMBRE 31/2018	VARIAC. ABSOLUTA	VARIACION %
INGRESOS FISCALES	10	5.075.884.463	5.008.892.768	66.991.695	1,34%
CUOTA DE FOMENTO		4.977.974.807	4.890.604.626	87.370.181	1,79%
CUOTA FOMENTO VIGENCIAS ANTERIORES		66.682.294	118.288.142	(51.605.848)	-43,63%
CARTERA RECUPERADA		31.227.362	-	31.227.362	100%
OTROS INGRESOS	11	1.981.169.198	121.294.400	1.859.874.798	1533,36%
INTERESES DE MORA		81.999.576	32.768.923	49.230.653	150,24%
FINANCIEROS		145.992.492	88.103.975	57.888.517	65,70%
EXTRAORDINARIOS		1.753.177.130	421.502	1.752.755.628	415835,66%
TOTAL PARA EL INGRESOS		7.057.053.661	5.130.187.168	1.926.866.493	37,56%
GASTOS	12				
ADMINISTRACIÓN		1.416.893.041	1.914.265.211	(497.372.170)	-25,98%
SUELDOS Y SALARIOS		869.051.479	1.208.224.874	(339.173.395)	-28,07%
HONORARIOS		189.174.300	133.005.933	56.168.367	42,23%
CAPACITACION Y DIVULGACION		128.073.042	262.333.450	(134.260.408)	-51,16%
CONTRIBUCIONES IMPUTADAS		10.975.864	6.607.243	4.368.621	66,12%
CONTRIBUCIONES EFECTIVAS		183.136.856	253.157.111	(70.020.255)	-27,66%
APORTES SOBRE NOMINAS		36.481.500	51.036.600	(14.555.100)	-28,52%
GENERALES		2.016.155.223	2.694.802.804	(678.647.581)	-25,18%
ESTUDIOS Y PROYECTOS		1.017.002.342	1.835.601.442	(818.599.200)	-44,60%
MATERIALES Y SUMINISTROS		148.776.358	38.643.101	90.133.257	233,70%
MANTENIMIENTO		3.132.666	-	3.132.666	100%
SERVICIOS PUBLICOS		18.642.939	8.295.360	10.347.579	124,74%
ARRENDAMIENTOS		17.718.000	17.172.312	545.688	3,18%
VIATICOS Y GASTOS DE VIAJE		179.007.538	283.282.419	(104.274.881)	-36,81%
IMPRESOS		4.000.000	-	4.000.000	100%
COMUNICACIONES Y TRANSPORTE		12.561.247	7.855.574	4.705.673	59,90%
JUNTA DIRECTIVA		23.867.950	23.021.123	846.827	3,68%
CONTRATOS DE ADMINISTRACION		550.972.163	451.070.643	99.901.520	22,13%
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA		39.817.420	9.530.690	30.286.730	317,78%
COMPRA DE BASES DE DATOS		-	330.140	(330.140)	-100,00%
GASTOS LEGALES		658.700	-	658.700	100%
IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y TASAS		17.038.850	27.752.103	(10.713.253)	-38,60%
CUOTA DE FISCALIZACION Y AUDITAJE		3.958.900	8.272.818	(4.313.918)	-52,15%
GRAVAMEN A LOS MOVIMIENTOS FINANCIEROS		13.079.950	19.479.285	(6.399.335)	-32,83%
PROVISIONES, AGOTAMIENTO, DEPRECIACIONES		79.533.754	48.519.565	22.774.263	63,92%
DETERIORO RENTAS PARAFISCALES		33.005.114	31.227.362	1.777.752	5,69%
DEPRECIACION DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		36.293.466	14.631.873	21.661.593	148,04%
PERDIDA EN BAJA DE PROPIEDADES		-	665.082	(665.082)	-100,00%
AMORTIZACION DE INTANGIBLES		10.235.174	1.995.248	8.239.926	412,98%
OTROS GASTOS		3.702.391	4.828.898	(1.126.507)	-23,33%
COMISIONES Y OTROS GASTOS BANCARIOS		3.699.241	2.290.354	1.408.887	61,51%
EXTRAORDINARIOS		3.150	2.538.544	(2.535.394)	-99,88%
TOTAL PARA EL GASTO		3.533.323.259	4.690.168.581	(1.156.845.322)	-24,67%
DEFICIT/ EXCEDENTE DEL EJERCICIO		3.523.730.402	440.018.587	4.963.748.989	700,81%
 GERMAN PALACIO VELEZ Representante Legal Fondo Nacional de Fomento de la Papa  LUZ MARIA RINCON CALVO Contador Público T.P. No. 40839-T  ALEXANDRA PEDRERA CORTES Auditor Interno T.P.No. 43056-T MIEMBRO GBP AUDIT S.A.S					



 FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA - FNFP ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO A 31 DE DICIEMBRE DE 2019 -2018 (en pesos Colombianos)				
DESCRIPCION	RESULTADO DEL EJERCICIO	IMPACTO POR TRANSICIÓN NUEVO MARCO REGULATORIO	RESULTADO EJERCICIOS ANTERIORES	TOTAL PATRIMONIO
SALDO A 31 DE DICIEMBRE DE 2018	440.018.587	(27.915.431)	2.025.319.596	2.437.422.752
MOVIMIENTO DEBITO	440.018.587			440.018.587
MOVIMIENTO CREDITO	3.523.730.402		440.018.587	3.963.748.989
SALDO A 31 DE DICIEMBRE DE 2019	3.523.730.402	(27.915.431)	2.465.338.183	5.961.153.154
 GERARDO PINEDA RINCÓN Representante Legal Fondo Nacional de Fomento de la Papa  LUZ MARIA RINCÓN CALVO Contador Público T.P. No. 40539-T  ALEXANDRA PEDRERO CORTES Auditor interno T.P.No. 43050-T MIEMBRO GBP AUDIT S.A.S				

FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA

REVELACIONES A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 DE DICIEMBRE DE 2019

REVELACIÓN 1. ENTE CONTABLE Y OBJETO SOCIAL

El Fondo Nacional de Fomento de la Papa, es una cuenta especial de carácter parafiscal, utilizada para el recaudo de los recursos captados provenientes de la Cuota de Fomento de la Papa, creado por la Ley 1707 del 20 de enero de 2014, el decreto reglamentario 2263 del 11 de noviembre de 2014 y la Resolución 037 del 11 de febrero de 2015, formalizado mediante el Contrato de Administración 2015-0001, cuyo término de vigencia es cinco (5) años, firmado con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la Federación Colombiana de Productores de Papa (FEDEPAPA).

La cuota de fomento es una contribución parafiscal que se utiliza en programas orientados a beneficiar al sector, como lo establece la Ley. Las personas que deben pagar esta cuota son los productores de papa, sean personas naturales, jurídicas o sociedades de hecho y los productores cuando son exportadores actúan como recaudadores; el valor de la cuota de fomento de la papa corresponde al uno por ciento (1%) del valor de venta de papa de producción nacional y se causará por una sola vez en cualquier etapa del proceso de comercialización.

El manejo de los recursos captados por el Fondo Nacional de Fomento de la Papa está controlado por: La Vigilancia Administrativa del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Control Fiscal de la Contraloría General de la República, el Control Contable de la Contaduría General de la Nación, el Control Interno de la Auditoría Designada y la

vigilancia de los productores, mediante los representantes en la Junta Directiva del Fondo Nacional de Fomento de la Papa.

FEDEPAPA, como entidad administradora organizó su contabilidad de conformidad con las normas contables vigentes, llevando una contabilidad separada de forma que en cualquier momento se pueda establecer su estado y movimiento, utilizando cuentas distintas en las entidades financieras, de las que emplea para el manejo de sus propios recursos.

REVELACIÓN 2. BASES PARA LA PRESENTACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS Y RESUMEN DE LAS PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES

Para el proceso de identificación, registro, preparación y revelación de sus estados contables, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa, aplica el marco conceptual de la Contabilidad Pública y el Catálogo General de Cuentas del Plan General de la Contabilidad Pública (PGCP), a nivel de documento fuente, establecidos en las resoluciones 533 del 8 de octubre de 2015 y 468 del 19 de agosto de 2016, emanadas por la Contaduría General de la Nación, y en todas las normas, procedimientos, circulares e instructivos que la modifiquen o adicionen. Así mismo, las normas y procedimientos establecidos por la Contaduría General de la Nación en materia de registro oficial de los libros y preparación de los documentos soporte.

Los estados financieros reflejan la situación financiera de la cuenta especial Fondo Nacional de Fomento de la Papa, como una cuenta individual, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

La moneda utilizada para registrar las transacciones efectuadas en reconocimiento de los hechos económicos es el peso colombiano. Para efectos de presentación, los estados financieros y sus notas se muestran en pesos.

Efectivo y equivalentes de efectivo

El efectivo y los equivalentes de efectivo son considerados activos financieros que representan un medio de pago y con base en éste se valoran y reconocen todas las transacciones en los estados financieros.

Se clasifica una inversión como un equivalente de efectivo cuando se cumplan la totalidad de los siguientes requisitos:

- a) Sea una inversión a corto plazo con vencimiento próximo a 6 meses o menos
- b) Sea de gran liquidez y fácilmente convertible en importes determinados de efectivo.
- c) Está sujeta a un riesgo poco insignificante de cambios en su valor que se encuentra entre (1% - 3%)
- d) Se mantenga para cumplir con los compromisos de pago de corto plazo más que para propósitos de inversión u otros.

Debido al corto vencimiento de estas inversiones o depósitos a la vista se mide valor razonable.

Deudores – cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar, son consideradas un activo financiero, dado que representa un derecho a recibir en efectivo, dentro de las que se encuentran:

- Cuentas por cobrar por Rentas Parafiscales
- Cuentas por cobrar a corto plazo (Anticipos de Viaje, descuentos planes de celulares, etc.)
- Cuentas por cobrar a largo plazo (Deterioro de cartera)

Estos activos financieros se manejarán cuando:

Cuentas por cobrar por Rentas Parafiscales: Estas partidas incluyen los derechos originados en transacciones sin contraprestación, que serán reconocidas de un mes a otro con el propósito de reconocer los ingresos reales del trimestre. Dicha cuenta será administrada por subcuentas contables por cada vigencia.

Cuentas por cobrar a largo plazo (Deterioro de cartera): A partir del 2019, estas partidas se registran en el sistema contable en el momento que sean identificadas y notificadas por el área de recaudo, existiendo clara y expresa conformidad expedida por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN. El deterioro se reconocerá de forma separada, como un menor valor de la cuenta por cobrar, afectando el gasto del periodo.

Para el proceso de deterioro se tiene en cuenta lo siguiente:

- La cartera con vencimiento de 360 días, a partir de su reconocimiento en contabilidad se lleva al deterioro en un 100% para NICSP.
- Después de generar el deterioro de la cartera a 360 días se realizará un registro de la misma en cuentas de orden para su posterior control.

Propiedades, Planta y Equipo

Las propiedades, planta y equipo están presentadas al costo de adquisición, menos la depreciación acumulada.

La depreciación está calculada sobre el costo de adquisición, utilizando el método de línea recta, con base en la vida útil probable de los activos, establecida con las disposiciones normativas de la Contaduría General de la Nación (PGCP), tomando como base las siguientes vidas útiles:

- Equipo de Oficina entre 5 y 10 años
- Equipo de Comunicación y Cómputo entre 5 y 10 años

- Maquinaria y Equipo entre 3 y 5 años

A partir del 2019 con la implementación de las Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público – NICSP, los bienes que se deprecian en el mismo periodo son:

- Los bienes cuya utilización no supere un año (1), dado que se consideran como elementos de consumo
- Bienes cuya utilización supere un año (1), y que su valor es inferior a 50 UVTS
- Todas las propiedades, planta y equipo, que su valor sea superior a 10 UVTS serán activados y depreciados, con el fin de que sean controlados en el conteo físico.

Otros Activo

Los otros activos están presentados al costo de adquisición menos la amortización acumulada, bajo este concepto se registran los intangibles.

Obligaciones Laborales

Aplica para los beneficios a empleados relacionados con la remuneración causada y pagada a las personas que prestan sus servicios al Fondo Nacional de Fomento de la Papa, mediante un contrato de trabajo, como retribución por la prestación de sus servicios. También para las obligaciones laborales relacionadas con las prestaciones sociales, contribuciones y aportes establecidos por las leyes laborales y los acuerdos establecidos con los empleados contratados.

Las obligaciones laborales surgidas en virtud de la relación contractual con los empleados se clasifican en beneficios de corto plazo, largo plazo, por terminación y beneficios post empleo.

De Renta y Complementarios

No se consideran contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios, los Fondos Parafiscales, Agropecuarios y Pesqueros, de que trata el Capítulo V de la Ley 101 de 1993.

Patrimonio

Se debe tener en cuenta el ajuste de adopción por primera vez de las NICSP.

Reconocimiento de Ingresos

1. A partir de enero de 2020 el reconocimiento de los ingresos en contabilidad se realizara teniendo en cuenta el concepto técnico emitido por la contaduría general de la nación sobre el registro de la cuota de fomento , donde hace énfasis en el concepto prudencia del párrafo 120 del PGCP donde indica que en relación con los ingresos, estos deben contabilizarse únicamente los realizados durante el periodo contable y no los potenciales o sometidos a condición alguna y el párrafo 117 del PGCP donde define el principio del devengo o causación en los siguientes términos “los hechos financieros, económicos, sociales y ambientales deben reconocerse en el momento en que sucedan” .El reconocimiento se efectuará cuando surjan los derechos y obligaciones, por lo tanto los pagos efectuados en el mes se reconocerán en el mismo mes.

REVELACIÓN 3. EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO.

A 31 de diciembre de 2019 el efectivo y equivalente al efectivo está representado por las cuentas de ahorro y los certificados de depósito a término (CDT'S) que tiene el Fondo Nacional de Fomento de la Papa y comprende:

BANCOS Y CDT'S		2019
Cuentas de Ahorro	1	1.803.619.818
Certificados de Deposito	2	4.112.110.491
TOTAL	\$	5.915.730.309

1. El Fondo Nacional de Fomento de la Papa cuenta con tres cuentas de ahorro dos de ellas en Banco Davivienda y una en Banco Bogotá. Las cuentas bancarias se encuentran conciliadas con los saldos de los extractos, así:

CUENTAS DE AHORRO		2019
Bogotá cta. No 115043317		1.454.676.416
Davivienda cta. No 477000045625		348.939.549
Davivienda cta. No 477000049197		3.853
TOTAL	\$	1.803.619.818

Comparativo:

BANCOS Y CORPORACIONES FINANCIERAS	2019	2018	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN%
Cuentas de Ahorro	1.803.619.818	694.875.325	1.108.744.493	159,56%
TOTAL	\$ 1.803.619.818	694.875.325	1.108.744.493	159,56%

2. El Fondo Nacional de Fomento de la Papa cuenta con cuatro CDT'S tres de ellos en Banco Davivienda y uno en Banco Bogotá así:

CERTIFICADOS DE DEPOSITO		2019
CDT Banco Davivienda	1	1.726.722.300
CTD Banco Davivienda	2	1.536.127.908
CTD Banco Davivienda	3	500.000.000
CDT Banco Bogotá	4	306.760.800
Rendimientos financieros causados	5	42.499.483
TOTAL	\$	4.112.110.491

1. El 30 de diciembre de 2019 se renovó el CDT de \$ 1.700.000.000 y los rendimientos financieros fueron capitalizados, generando así un CDT por valor de \$1.726.722.300 a 90 días con una tarifa del 4,73 % E. A. con el Banco Davivienda.
2. El 26 de junio de 2019 se renovó el CDT de \$ 1.517.685.000 y los rendimientos financieros fueron capitalizados, generando así un CDT por valor de \$1.536.127.908 a 186 días con una tarifa del 4,95 % E. A. con el Banco Davivienda. (El 03 de enero del 2020 se renovó el CDT a 90 días con una tarifa del 4,95 % E. A)
3. El 30 de diciembre del 2019 se constituyó un CDT por el valor de \$500.000.000 a 90 días con tarifa del 4.71 % E.A con el banco Davivienda.
4. El 23 de septiembre de 2019 se renovó el CDT de \$300.000.000 y los rendimientos financieros fueron capitalizados, generando así un CDT por el valor de \$306.760.800 a 180 días con tarifa del 4.75 % E.A con el banco Bogotá.
5. Corresponde a los rendimientos financieros causados hasta el 31 de diciembre del 2019 por los CDT'S de \$306.760.800 y de \$1.536.127.908.

**CERTIFICADOS A
DEPOSITO A
TÉRMINO**

	2019	2018	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN%
Certificados de depósito a término	4.112.110.491	1.501.964.976	2.610.145.515	173,78%
TOTAL	\$ 4.112.110.491	1.501.964.976	2.610.145.515	173,78%

REVELACIÓN 4. DEUDORES

Comparativo:

DEUDORES		2019	2018	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %
Rentas Parafiscales	1	0	466.958.974	(466.958.974)	(100,00%)
Avances y anticipos		0	0	0	00,00%
Otros Deudores	2	0	8.169.528	(8.169.528)	(100.00%)
TOTAL		\$ 0	475.128.502	(475.128.502)	(100%)

2. La variación se debe a que los ingresos se causaban hasta la fecha de límite de recaudo, que para el mes de diciembre de 2019 se verían reflejados en el extracto del mes de enero del 2020, pero de acuerdo con el concepto técnico emitido por la contaduría general de la nación sobre el registro de la cuota de fomento, donde hace énfasis en el concepto prudencia del párrafo 120 del PGCP el cual indica que en relación con los ingresos, estos deben contabilizarse únicamente los realizados durante el periodo contable y no los potenciales o sometidos a condición alguna, igualmente en el párrafo 117 del PGCP se define el principio de devengo o causación en los siguientes términos “los hechos financieros, económicos, sociales y ambientales deben reconocerse en el momento en que sucedan” .El reconocimiento se efectuará cuando surjan los derechos y obligaciones, por lo tanto los pagos efectuados en el mes se reconocerán en el mismo mes.

3. La variación se debe a que el Banco Davivienda en enero del 2019 y el Banco de Bogotá en mayo del 2019, reintegraron los valores por retención en la fuente de las cuentas de ahorros, por el contrario, para este año la retención en la fuente practicada por el Banco Bogotá, fue reintegrada en el mismo periodo.

REVELACIÓN 5. PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO

A 31 de diciembre de 2019 la propiedad, planta y equipo, está conformada por:

PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		2019
Maquinaria y Equipo - Equipo Agrícola	1	153.909.081
Muebles, enseres y Equipo de oficina		13.557.600
Equipo de comunicación y computo	2	65.380.927
Depreciación Acumulada		(63.327.317)
TOTAL	\$	169.520.291

1. Este valor corresponde a un (1) sistema de fertirriego adquirido con cargo al proyecto “Implementación de Tecnologías Mediante Extensión Rural en el Sector Productivo Papa - ITPA”, el cual fue instalado y empezó a funcionar a partir del 23 de junio de 2018, para el año 2019 se adquirieron cuatro equipos de sistema de riego por goteo a la empresa Fertirriego Ltda., los cuales fueron entregados en comodato en el municipio de la Unión (Antioquia) a la cooperativa agrícola especializada de la Unión ,en Toca (Boyacá) a la asociación de productores agropecuarios Obrapia Toca, en el Tablón (Nariño) a la Asociación agropecuaria nuevo Bolívar y en Villapinzon en Cundinamarca a la asociación de productores de papa y cultivos de clima frio . A estos cuatro equipos y de acuerdo con el concepto técnico emitido por el Director de Proyectos del FNFP, se les asignó una vida útil correspondiente a 4 años.
2. En el mes de abril se realizó una compra de 14 tablet las cuales fueron asignadas a cada uno de los extensionistas del área técnica del proyecto ITPA.

Comparativo:

PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	VARIACIÓN			
	2019	2018	\$	%
Maquinaria y Equipo - Equipo Agrícola	153.909.081	54.000.000	-	185,00%
Muebles, enseres y Equipo de oficina	13.557.600	13.557.600		00,00%
Equipo de comunicación y computo	65.380.927	38.006.000	27.374.927	72,03%
Depreciación Acumulada	(63.327.317)	(27.033.851)	(36.293.466)	134,25%
TOTAL	\$ 169.520.291	78.529.749	(90.990.542)	115.87%

REVELACIÓN 6. OTROS ACTIVOS

A 31 de diciembre de 2019 los otros activos corresponden a las licencias adquiridas por el Fondo así:

OTROS ACTIVOS		2019
Intangibles (Licencias)		32.760.207
Amortización Acumulada		(32.760.207)
TOTAL	\$	0

Comparativo:

OTROS ACTIVOS	2019	2018	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %
Intangibles (Licencias)	32.760.207	22.525.033	10.235.174	45,44%
Amortización Acumulada	(32.760.207)	(22.525.033)	(10.235.174)	38,94%
TOTAL	\$ 0	0	0	100,00%

REVELACIÓN 7. CUENTAS POR PAGAR

Las cuentas por pagar a 31 de diciembre de 2019, incluyen:

CUENTAS POR PAGAR		2019
Adquisición de bienes y servicios	1	71.412.335
Acreedores	2	20.101.700
Impuestos por pagar Retefuente		5.537.986
Impuestos por pagar Reteica		290.994
TOTAL	\$	97.343.015

1. El saldo de bienes y servicios a 31 de diciembre de 2019 está conformado por:

NIT	ACREEDOR	VALOR	
900500573	GRUPO RIVERA SAS	768.000	(a)
8600463415	FEDEPAPA	60.048.272	(b)
10353891734	VELEZ CEBALLOS CAMILO ESTEBAN	837.000	(c)
9012433844	AUTOAGRO DRONES SA	4.070.400	(d)
9002367471	BD PROMOTORES COLOMBIA SAS	1.367.602	(e)
9012895215	SICAGRO SAS	3.501.983	(f)
2222222222	CUANTIA MENOR A 1 MILLÓN	819.078	
TOTAL		71.412.335	

- (a) Corresponde a la factura No. 1831 con fecha 20 de diciembre del 2019, por concepto de servicio de diez aplicaciones de fumigación con dron en Pasto (Nariño).
 - (b) Corresponde a la factura de venta No 2000-000339 con fecha 30 de diciembre del 2019 correspondiente a la contraprestación del mes de diciembre, de conformidad con lo establecido en el parágrafo 3 del artículo 13 de la Ley 1707 de 2014.
 - (c) Corresponde a la cuenta de cobro No. 01 con fecha 30 de diciembre del 2019 por concepto de servicio de fumigación y fertilización con dron en la Unión (Antioquia)
 - (d) Corresponde a la factura de venta No 1 con fecha 17 de diciembre del 2019 por concepto fumigación con dron operado por piloto certificado, en los municipios de Belen y Ventaquemada (Boyacá) y los municipios de Sibaté y Chocontá (Cundinamarca)
 - (e) Corresponde a la factura de venta No BDN0045273 con fecha 27 de diciembre del 2019, por concepto de alojamiento y alimentación de los miembros de la junta directiva del FNFP.
 - (f) Corresponde a la factura No 2 con fecha 17 de diciembre del 2019, por concepto de servicio de acceso al sistema de información de Sicagro.
2. El saldo de Acreedores muestra el valor a pagar correspondiente a los aportes a seguridad social y parafiscales de los colaboradores que se encuentran registrados en la nómina del FNFP.

Comparativo:

CUENTAS POR PAGAR		2019	2018	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %
Adquisición de bienes y servicios	1	71.412.335	235.311.014	(163.898.679)	(69,65%)
Acreedores	2	20.101.700	0	20.101.700	100,00%
Impuestos por pagar Retefuente		5.537.986	11.565.155	(6.027.169)	(52,11%)
Impuestos por pagar Reteica	3	290.994	1.110.029	(819.035)	(73,79%)
TOTAL	\$	97.343.015	247.986.198	-150.643.183	-60,75%

1. La variación en las cuentas por pagar de bienes y servicios se debe a que en el 2019 como acción de mejora se ajustaron los procesos y procedimiento de radicación y pago de facturas, quedando estos dentro del mismo periodo, adicionalmente el proyecto de campaña de promoción al consumo, durante el 2018 tuvo ejecución por todo este periodo, generando facturas con montos significativos y su pago estaba sujeto a la presentación del informe correspondiente.
2. La variación de este rubro se debe a que los aportes a seguridad social y parafiscales de los empleados del mes de diciembre del 2018, se pagaron en el mismo periodo, y para el 2019 estos aportes serán cancelados en el mes de enero del 2020.
3. Esta variación se presenta por que el proyecto de campaña de promoción al consumo, generó facturas con montos significativos durante el mes de diciembre del año 2018, las cuales se les practicó sus respectivas retenciones de ley.

REVELACIÓN 8. OBLIGACIONES LABORALES

El saldo a 31 de diciembre de 2019, comprende:

OBLIGACIONES LABORALES		2019
Nomina por pagar	1	14.183.727
Provisión prestaciones sociales	2	7.969.779
TOTAL	\$	22.153.506

1. Este valor corresponde a 6 liquidaciones de contrato de trabajo a término fijo inferior a un año pendientes de pago por motivo de firma y aprobación por parte del director del área correspondiente:

NOMBRE	VALOR
Alexandra Lara Baena	\$2.611.661
Gesika Viviana Corrales Rojas	\$2.925.616
Luis Gerardo Bolaños	\$2.461.450
Jaime Darío Pérez Soler	\$2.611.661
David Fernando Pinzón Gil.	\$961.678
Maurio Orlando Sarchí	\$2.611.661
TOTAL	\$14.183.727

2. Este valor corresponde a las prestaciones sociales pendientes de pago de las funcionarias Sandra Reyes y Diana Prada que se encontraban en estado de embarazo, así como el funcionario Mario Gonzales que presentaba incapacidad médica y por ende no se les realizó terminación de contrato.

NOMBRE	CONCEPTO	VALOR
Sandra Milena Reyes	Cesantías	\$1.724.367
Sandra Milena Reyes	Intereses de cesantías	\$166.114
Sandra Milena Reyes	Vacaciones	\$2.983
Diana Prada	Cesantías	\$1.832.752
Diana Prada	Intereses de cesantías	\$203.435
Diana Prada	Vacaciones	\$916.376
Mario German González	Cesantías	\$1.931.819
Mario German González	Intereses de cesantías	\$226.023
Mario German González	Vacaciones	\$965.910
TOTAL		\$7.969.779

Comparativo:

OBLIGACIONES LABORALES	2019	2018	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %
Nomina por pagar	1 14.183.727	55.856.156	(41.672.429)	(74,61%)
Provisión prestaciones sociales	2 7.969.779	3.232.026	4.737.753	146,59%
TOTAL	\$ 22.153.506	59.088.182	(36.934.676)	(62.51,%)

1. La variación de este rubro corresponde a la cantidad de liquidaciones de contratos pendientes de pago, ya que para el 2019 solo quedaron pendientes 6 funcionarios, y para 2018 quedaron pendientes 20, cabe la pena aclarar que para la vigencia 2018 se contaba con una nómina de 43 funcionarios y el 2019 disminuyó a 30.
2. La variación de este rubro corresponde a las prestaciones sociales pendientes de pago del año 2019, de tres funcionarios a los cuales no se les realizó terminación de contrato, para el año 2018 solo quedo pendiente una funcionaria que se encontraba en estado de embarazo.

REVELACIÓN 9. OTROS PASIVOS

El saldo a 31 de diciembre de 2019, comprende:

OTROS PASIVOS		2019
Recaudos a Favor de Terceros	1	4.600.925
TOTAL	\$	4.600.925

1. Este valor corresponde a 12 consignaciones sin identificar del banco Bogotá por un valor total \$3.126.694, y a 33 consignaciones sin identificar del banco Davivienda por un valor total de \$1.474.231.

Comparativo:

OTROS PASIVOS		VARIACIÓN		VARIACIÓN	
		2019	2018	\$	%
Recaudos a Favor de Terceros	1	4.600.925	6.001.420	(1.400.495)	(23,34%)
TOTAL	\$	4.600.925	6.001.420	(1.400.495)	(23,34%)

1. La variación de este rubro corresponde a las diferentes estrategias establecidas y la gestión en la identificación de partidas sin identificar, realizada por el área de recaudo.

REVELACIÓN 10. INGRESOS FISCALES

A 31 de diciembre de 2019 los ingresos operacionales incluyen:

INGRESOS FISCALES		2019
Rentas parafiscales	1	4.977.974.807
Vigencia Anterior	2	66.682.294
Cartera recuperada	3	31.227.362
TOTAL	\$	5.075.884.463

1. Ingresos fiscales a 31 de diciembre de 2019 comprende el siguiente detalle:

NIT	TERCERO	VALOR
8300407095	COMERCIALIZADORA NAC	492.018.829
8901074873	SUPERTIENDAS Y DROGU	466.147.763
8909006089	ALMACENES EXITO S A	380.742.822
8002087851	CONGELADOS AGRICOLAS	297.217.047
8600203089	COMESTIBLES RICO	205.221.396
8170007477	COMPAÑIA INTERNACION	193.388.664
800241598	PRODUCTOS ALIMENTICI	104.005.650
8300724191	PRODUCTORA Y COMERCI	101.149.674
9004805691	JERONIMO MARTINS COL	81.951.373
9003062131	AGROPECUARIA DE PAPA	75.496.788
9001551071	CENCOSUD COLOMBIA S	62.156.960
9008824223	MERCADERIA S.A.S	49.230.757
9006211316	FRESCOPACK S A S	46.091.924
9001602655	INVERSIONES RIOS GAL	45.965.191
9003833858	INVERCOMER DEL CARIB	45.513.843
9005225084	INVERSIONES SUPERVAQ	45.164.846
9000612249	MERCAMIO S A	45.049.439



NIT	TERCERO	VALOR
8050217821	COMERCIALIZADORA FLO	39.741.394
8200053858	PROCESADORA Y COMERC	38.748.132
8110456076	INVERSIONES EURO S A	36.832.573
8903003461	ALMACENES LA 14 S A	36.116.441
9003978390	COMPAÑIA DSIERRA SAS	35.929.493
8000027252	VERDURAS LTDA	35.777.663
9002769621	KOBA COLOMBIA S A S	33.791.555
9006425571	INVERSIONES VAQUITA	31.651.587
9006491443	PRODUCTOS VICKY S A	31.113.471
8050280414	SUPERTIENDAS CAÑAVER	29.535.240
9010793153	COMERCIALIZADORA EL	29.467.625
192453418	CRUZ ZAMUDIO JORGE A	27.617.000
8000378355	COMERCIALIZADORA LA	27.227.580
8050293216	CARIBE S A	26.913.807
9003982887	LEGUMBRERIA OR S A S	25.848.000
9000789953	COMERCIALIZADORA CHA	25.795.920
192377829	BECERRA BARRETO EDIL	25.364.684
8600073361	CAJA COLOMBIANA DE S	24.527.698
8050289916	SURTIFAMILIAR S A	23.462.460
9005473362	DISTRIBUIDORA CARVAJ	23.371.498
8170025448	SUPERMERCADOS EL REI	22.987.000
9008506738	AOL COLOMBIA S.A.S	21.382.219
9007409003	HORTALIZAS BOYACA S.	21.093.572
142555243	ALVARADO PARRA CARLO	20.698.812
8110333743	LEGUMBRES HERIBERTO	20.070.721
9007866569	CAMPO VIVO NEGOCIO S	19.831.186
9001969721	DISFRUTO LTDA	19.560.159
464520901	MATEUS CELY PAOLA AN	16.712.103
8050151511	QUICENO Y CIA S C A	16.327.681
9006224702	COMERCIALIZADORA DE	15.966.776
8002304477	SODEXO S A	14.942.925
9002035663	ABASTECAMOS DE OCCID	14.750.218
8002260621	RAPIMERCAR S A	14.561.715
9008731958	LHM EXPRESS S A S	14.189.895
8050270244	SUPERMERCADO LA GRAN	14.034.240
122409544	ARCINIEGAS ROMERO OS	13.983.286
8908070471	CUATRO MILPAS S A S	13.815.203



NIT	TERCERO	VALOR
8300422126	PROALIMENTOS LIBER S	13.401.797
524167612	JIMENEZ GIL LIDA PAT	13.382.115
8912240051	CHAMORRO PORTILLA S	13.018.885
8001110363	DE LA HACIENDA LTDA	12.995.775
8260003610	ALMACENES PARAISO S	12.800.072
79279578	CRUZ MUÑOZ RAFAEL	12.388.182
9004187309	COMERCIALIZADORA DE	11.759.587
193773518	CRUZ MUÑOZ ROBERTO	11.690.796
9009311996	GRUPO EMPRESARIAL FR	11.444.571
8300656450	COMERCIALIZADORA REM	11.441.525
8903032085	CAJA DE COMPENSACION	11.439.547
8001067740	MERCADO ZAPATOCA LTD	11.435.126
8002521760	MERCACENTRO SAS	11.133.441
9006506184	JAIVERDE PROVEEDORA	10.894.929
9000592385	MAKRO SUPERMAYORISTA	10.766.682
801330643	PUENTES GALVIS LUIS	10.720.110
8603502538	INMACULADA GUADALUPE	10.658.694
8110039482	COMERCIALIZADORA FRU	10.327.712
9003017423	MERCADOS COLOMBIANOS	10.308.534
983648233	SELECCIONADORA DE PA	10.283.384
114106815	RODRIGUEZ REINA HERN	10.274.680
129869094	MORA ACOSTA MANUEL A	10.220.358
83561228	ZULUAGA GIRALDO ANDR	10.131.035
8914085845	FRISBY S A	9.950.352
792866462	GIL GARZON MANUEL	9.782.217
9003152376	COMERCIALIZADORA NAL	9.717.971
8301035155	GRUPO C B C S A CALI	9.539.047
194672817	HERNANDEZ BELTRAN CA	9.450.760
9002802491	L & S LOGISTICA Y SU	9.216.772
794660133	VIDAL OROZCO JOSE	9.113.140
9002736868	COMERCIALIZADORA MER	8.909.958
9000209115	C I CITRICOS AGROSIE	8.760.642
72137086	ESPEJO CAMARGO JOSE	8.715.035
9000201553	INVERSIONES MERCA Z	8.653.809
9011971224	MERKMOS SAS	8.427.212
9006030415	COMERCIALIZADORA MON	8.424.638
220815821	GIRALDO PINEDA TERES	8.403.649



NIT	TERCERO	VALOR
8320056175	SURTIFRUYER DE LA SA	8.351.128
9012555788	UNION TEMPORAL DUFLO	8.346.790
9006011731	SU PAPA LP S A S	8.340.030
8909009431	COLOMBIANA DE COMERC	8.314.586
9003197533	PRICESMART COLOMBIA	8.296.740
193279015	OLMOS SIERRA MARTIN	8.167.814
190931281	GIL GARZON SEGUNDO A	7.936.738
8909298771	COMPASS GROUP SERVIC	7.577.460
8000358127	SELECPACOL LTDA	6.941.520
8300756374	INVERSIONES COMUNAL	6.896.945
8909295023	INDUSTRIAS ALIMENTIC	6.872.850
9011561125	BOTANAS SAS	6.776.800
9010523020	SUPERMERCADO J.M PLU	6.739.284
8001651428	MERCADOS FAMILIARES	6.544.192
9003191281	OYL INVERSIONES S.A.	6.368.954
171847410	GARCIA DIAZ VICENTE	6.344.235
9006221525	COMERCIALIZADORA ELI	6.301.059
8301168543	COMERCIALIZADORA ARD	6.211.190
83541616	ZULUAGA GIRALDO VICT	6.103.035
9010431452	UNIFRUYER DE COLOMBI	5.988.339
8000950751	JULIO CESAR RESTREPO	5.877.975
706968204	BOTERO RAMIREZ EDUIN	5.866.687
9008808391	SUPERMERCADOS GALERI	5.787.957
9010584936	FRUTOS DE MI COSECHA	5.655.915
9001759593	MAURIFRUTIVER S A S	5.554.855
206152790	BALAGUERA DE MEDINA	5.530.166
8600254610	COMPAÑIA COMERCIAL E	5.487.822
9012258104	ABC FRUYER DEL CAMPO	5.453.808
705128079	DUQUE MEJIA ROBERTO	5.394.910
9004225949	INVERSIONES VIVE AGR	5.284.025
8001721140	AGENCIA LOGISTICA DE	5.201.556
8001172041	AGENCIA LOGISTICA DE	5.196.449
9009898352	DEPOSITO DE PAPA LA	5.151.032
171192302	DAZA GUERRERO EDILBE	5.116.106
8300074307	SERVICIAL S A	5.077.156
222222222	CUANTÍAS MENORES A CINCO MILLONES	722.681.462
	TOTAL	4.977.974.807

2. Ingresos fiscales por vigencias anteriores a 31 de diciembre de 2019, comprende el siguiente detalle:

NIT	TERCERO	VALOR
8909006089	ALMACENES EXITO S A	13.028.020
8300724191	PRODUCTORA Y COMERCI	6.749.221
80831836	DIAZ DIAZ MAURICIO	6.365.881
8002521760	MERCACENTRO SAS	5.949.500
524167612	JIMENEZ GIL LIDA PAT	4.886.087
273948960	ESTRELLA RODRIGUEZ E	3.818.135
9000209115	C I CITRICOS AGROSIE	3.284.567
9010891751	ABC DEL CAMPO SAS	3.096.666
9003191281	OYL INVERSIONES S.A.	2.863.455
9002802491	L & S LOGISTICA Y SU	2.813.067
709063965	QUINTERO GOMEZ WALTE	2.782.890
8001110363	DE LA HACIENDA LTDA	2.363.471
9003207510	LA ECONOMIA COMERCIA	2.246.376
222222222	CUANTIAS MENORES A UN MILLON DE PESOS	6.434.958
	TOTAL	66.682.294

3. Este valor corresponde a el pago por concepto de cuota de fomento del Compass Group Service Colombia S.A., correspondiente a las vigencias de 2015, 2016 y 2017, este ingreso se generó en el mes de enero del 2019.

Comparativo:

INGRESOS FISCALES	2019	2018	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %
Rentas parafiscales	\$ 4.977.974.807	4.890.604.626	87.370.181	1,79%
Vigencias Anteriores	\$ 66.682.294	118.288.142	(51.605.848)	(43,63%)
Cartera recuperada	1\$ 31.227.362	0	31.227.362	100,00%
TOTAL	\$ 5.075.884.463	5.008.892.768	66.991.965	1,34%

1. La variación principal se debe al registro de la cartera identificada en el mes de diciembre de 2018, que se recuperó e ingreso al banco en el mes de enero de 2019.

Para el año 2019 el reconocimiento de los ingresos se efectuará cuando surjan los derechos y obligaciones, por lo tanto, los pagos efectuados en los primeros días del mes se reconocerán dentro del mismo mes.

REVELACIÓN 11 OTROS INGRESOS

Otros ingresos a 31 de diciembre de 2019 incluyen:

OTROS INGRESOS		2019
Intereses de Mora	1	81.999.576
Financieros	2	145.992.492
Extraordinarios	3	1.753.177.130
TOTAL	\$	1.981.169.198

1. Ingreso por intereses de mora, el saldo a 31 de diciembre de 2019:

NIT	TERCERO	VALOR
8909298771	COMPASS GROUP SERVIC	26.318.664
8909006089	ALMACENES EXITO S A	13.124.912
8300724191	PRODUCTORA Y COMERCI	6.895.311
8300407095	COMERCIALIZADORA NAC	5.035.845
9000256328	FUNDACION PRESERVAR	4.882.150
9000209115	C I CITRICOS AGROSIE	2.261.361
9003766742	ALIMSO CATERING SERV	1.760.851
709063965	QUINTERO GOMEZ WALTE	1.501.680
9007866569	CAMPO VIVO NEGOCIO S	1.220.640
9001969721	DISFRUTO LTDA	1.190.263
273948960	ESTRELLA RODRIGUEZ E	1.087.471
8001110363	DE LA HACIENDA LTDA	882.225
9008824223	MERCADERIA S A S	824.066



NIT	TERCERO	VALOR
8040006013	CLUB CAMPESTRE DE BU	790.334
9009898352	DEPOSITO DE PAPA LA	752.685
190931281	GIL GARZON SEGUNDO A	734.217
9004187309	COMERCIALIZADORA DE	609.007
9000165210	FRUTIVER 1A S.A.S	584.911
10262683549	SALAMANCA BARRAGAN Y	542.031
792866462	GIL GARZON MANUEL	500.898
209058153	MILLAN BARRAGAN MARI	468.254
9007409003	HORTALIZAS BOYACA S.	385.495
9006425571	INVERSIONES VAQUITA	334.681
9004687477	LA PLACITA CAMPESINA	315.156
9007436682	FRESH WORLD SAS	302.069
171847410	GARCIA DIAZ VICENTE	277.769
9010584936	FRUTOS DE MI COSECHA	270.575
9008731958	LHM EXPRESS S A S	263.772
8605342213	PAN PA YA LTDA	261.074
9005765695	SUPERMERCADO BETEL C	260.322
8002130759	RESTCAFE S A S	242.759
8002415988	PRODUCTOS ALIMENTICI	231.006
983648233	SELECCIONADORA DE PA	225.474
798570464	VILLAMIL SUAREZ CARL	220.048
194861178	ALMANSA LATORRE JUAN	215.402
8001651428	MERCADOS FAMILIARES	199.126
9006211316	FRESCOPACK S A S	196.200
8912240051	CHAMORRO PORTILLA S	188.163
802105873	MARTINEZ BARRETO RAF	179.159
171192302	DAZA GUERRERO EDILBE	171.018
9004805691	JERONIMO MARTINS COL	166.795
9008698981	CORREA REYES E HIJOS	157.775
79279578	CRUZ MUÑOZ RAFAEL	142.155
9010891751	ABC DEL CAMPO SAS	135.716
193773518	CRUZ MUÑOZ ROBERTO	134.990
10305271746	VELANDIA ARIAS LUIS	133.245
9004902027	PRODUCTOS PENSILVANI	129.801
8300656450	COMERCIALIZADORA REM	124.009
801564899	GARCIA SALAMANCA VIC	124.000
798650404	CARREÑO CARREÑO RAMI	118.198

NIT	TERCERO	VALOR
8603514277	INVERSIONES NECEVI S	116.194
9010395618	EMPRESA COLOMBIANA D	105.062
8000027252	VERDURAS LTDA	103.240
8000796033	SERVICIOS DE ALIMENT	102.615
9001323962	INVERSIONES LA ESPER	98.128
8050279144	SUPERMERCADO MAXIAHO	88.995
8301473728	COMESTIBLES A LA LAT	88.890
9006674182	MAURYFRUTIVERES S A	86.620
9011237423	PAPAS NACIONAL SAS	86.088
8002087851	CONGELADOS AGRICOLAS	86.000
8200053858	PROCESADORA Y COMERC	85.249
9010431452	UNIFRUYER DE COLOMBI	83.400
413232668	BENITEZ DE GALAN MAR	81.456
798225314	CUYARES RODRIGUEZ MA	78.431
9003197533	PRICESMART COLOMBIA	76.730
9008630244	SUPERMERCADO PUNTO &	76.463
9002124695	FOOD SERVICE DE COLO	73.308
41377477	DAZA CARO TITO ALIRI	72.612
192377829	BECERRA BARRETO EDIL	68.106
166456765	MORENO ZAPATA JOSE L	65.500
801330643	PUENTES GALVIS LUIS	64.930
795635559	ESPEJO FORERO JOSE W	62.144
519158094	AYA RIVERA ANA ELVIA	60.417
9011504409	SUPERMERCADOS MERKAH	58.389
114106815	RODRIGUEZ REINA HERN	57.300
72137086	ESPEJO CAMARGO JOSE	54.040
466744351	PUERTO SUA VIENA ESP	52.974
799716342	MARTINEZ CHINGATE JA	52.908
9001363749	LA PAPA DE PARDO E.U	51.000
925092670	DUQUE GOMEZ NEFTALI	50.457
222222222	CUANTIAS MENORES A CINCUENTA MIL	1.638.202
TOTAL		81.999.576

2. Los ingresos financieros están conformados por los intereses recibidos de las cuentas de ahorro y los CDT'S que tiene el Fondo con el Banco de Bogotá y el Banco Davivienda.
3. Corresponde a los ingresos recibidos por incapacidades, el traslado de recursos en el mes de agosto por parte de Asohofrucol y sobrantes en legalizaciones de las diferentes áreas.

CUENTA	VALOR
APROVECHAMIENTOS	106.026
INCAPACIDADES	14.440.520
RECUPERACIONES	642.033
TRASLADO RECURSOS FO	1.737.988.551

Comparativo:

OTROS INGRESOS		2019	2018	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %
Intereses de Mora	1	81.999.576	32.768.923	49.230.653	150,24%
Financieros		145.992.492	88.103.975	57.888.517	65,70%
Extraordinarios	2	1.753.177.130	421.502	1.752.755.628	415.835,66%
TOTAL		\$ 1.981.169.198	121.294.400	1.859.874.798	1.533,36%

1. El aumento de este rubro se presenta por la gestión realizada en el área de recaudo con la identificación de recaudadores que no han cumplido con el pago de la cuota de fomento en la fecha máxima estipulada por ley, por esta razón se originaron las liquidaciones de intereses de mora por pago extemporáneo.
2. La variación de este rubro se debe al traslado de recursos recaudados por Asohofrucol hasta el 31 de diciembre de 2013, no ejecutados ni comprometidos, al Fondo Nacional de Fomento de la Papa, en

cumplimiento del artículo 21 de la Ley 1707 de 2014, aprobados mediante el acta No 24 del 02 de abril de 2019.

REVELACIÓN 12 GASTOS

Los gastos a 31 de diciembre de 2019 incluyen:

GASTOS		2019
Sueldos, salarios		869.051.479
Honorarios	1	189.174.300
Capacitación y Divulgación		128.073.042
Contribuciones imputadas	2	10.975.864
Contribuciones efectivas	3	183.136.856
Aportes sobre la nómina	4	36.481.500
Estudios y Proyectos (campaña consumo)	5	1.017.002.242
Materiales y suministros (papelería)	6	148.776.358
Mantenimiento		3.132.666
Servicios públicos		18.642.939
Arrendamientos		17.718.000
Viáticos y gastos de viaje	7	179.007.538
impresos		4.000.000
Comunicaciones y Transporte		12.561.247
Junta Directiva	8	23.867.950
Contratos de administración	9	550.972.163
Muebles, equipos de oficina y software		39.817.420
Gastos legales		656.700
Impuestos, tasas y contribuciones		17.038.850
Deterioro rentas parafiscales	10	33.005.114
Depreciaciones		46.528.640
Otros gastos		3.702.391
TOTAL	\$	3.533.323.259

1. Este rubro corresponde a los siguientes conceptos:

NT	TERCERO	VALOR	CONCEPTO
1036778470	LARA BAENA ALEXANDRA	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica

NT	TERCERO	VALOR	CONCEPTO
1049613246	RIOS ROJAS LEIDY LOR	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
1049634207	VELASCO SALCEDO ANGE	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
1056613053	RUBIO VALERO CARLOS	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
1077143659	GARCIA ORJUELA LEIDY	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
10859062504	ROSERO CONSTAIN LADY	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
10937482078	PEREZ SOLER JAIME DA	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
23438639	SANCHEZ PEDRAZA NANC	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
4081961	DOTOR CASALLAS BERNAL	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
531013334	REYES RODRIGUEZ SAND	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
7188406	AVILA LEON OMAR FERN	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
740855361	QUINTANA RINCON EDWI	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
743450483	VERDUGO NINO NESTOR	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
794499894	CHAMORRO CADENA CARL	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
80090648	SIERRA MOYA OSCAR HE	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
877154861	SARCHI PINCHAO MAURI	5.775.000	Honorarios Asistencia Técnica
791854606	PARDO ROMERO MARCO T	8.950.000	Contrato No. 018, implementación NICSP, Y asesoría SAP
9000949366	GBP AUDIT SA S	81.174.300	Facturas de GBP Audit SAS (auditoría interna)
744340367	JARAMILLO SANABRIA LEONEL	1.650.000	Cta de cobro, contrato No 19, prestación de servicios como conferencista y tallerista durante los 11 días de Agroexpo.
801249165	HERRERA MONTAÑEZ DIEGO	5.000.000	Cta de cobro No 001, contrato 31 Servicio de representación judicial del FNFP, ante obligados a pago de la cuota de fomento.
TOTAL		189.174.300	

2. Las contribuciones imputadas corresponden a los gastos generados por incapacidades médicas.
3. Las contribuciones efectivas comprenden los gastos de salud, pensión, ARL y caja de compensación familiar.
4. Los aportes a nómina corresponden a ICBF y SENA.

5. Corresponde a los gastos generados por la campaña de consumo y asistencia técnica así:

CONCEPTO	VALOR
AM ATL	595.295.516
AM BTL	140.879.211
AM DIGITAL	95.567.515
ASISTENCIA TÉCNICA	185.260.000
TOTAL	1.017.002.242

6. Este rubro corresponde a compra de papelería, compra de los talonarios de asistencia técnica, volantes, cartillas y lápiz pantalla táctil para recaudo, así como, la compra de placas para los activos fijos.
7. Corresponde a los gastos de viaje para la socialización del cronograma de actividades, divulgación del fondo, seguimiento de objetivos y metas.
8. Este rubro se presenta ya que se incurrió en gastos para la realización de la junta directiva, y la junta extraordinaria.
9. Este valor corresponde a la contraprestación que paga el Fondo a Fedepapa por su administración y se liquida por el 10% de los ingresos recibidos del recaudo de la cuota de fomento.
10. Este valor representa el deterioro de cartera mayor a 360 días del recaudador Supermercados Cundinamarca, que de acuerdo con las políticas del FNFP se debe castigar al 100 %.

Comparativo:

GASTOS	2019	2018	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %	
Sueldos y salarios	869.051.479	1.208.224.874	(339.173.395)	(28,07%)	(a)
Honorarios	189.174.300	133.005.933	56.168.367	42,23%	(b)
Capacitación y divulgación	115.612.952	252.091.875	(136.478.923)	(54,14%)	(c)

GASTOS	2019	2018	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %	
Contribuciones imputadas	10.975.864	6.607.243	4.368.621	66,12%	
Contribuciones efectivas	183.136.856	253.157.111	(70.020.255)	(27,66%)	
Aportes sobre nómina	36.481.500	51.036.600	(14.555.100)	(28,52%)	(d)
Estudios y proyectos	1.017.002.242	1.835.601.442	(818.599.200)	(44,60%)	(e)
Materiales y Suministros	148.776.358	58.643.101	90.133.257	153,70%	(f)
Mantenimiento	3.132.666	-	3.132.666	100%	
Servicios públicos	18.642.939	8.295.360	10.347.579	124,74%	(g)
Arrendamientos	17.718.000	17.172.312	545.688	3,18%	
Viáticos y gastos de viaje	179.007.538	283.282.419	(104.274.881)	(36,81%)	(h)
impresos	4.000.000	-	4.000.000	100%	
Comunicaciones y transporte	12.561.247	7.855.574	4.705.673	59,90%	
Junta directiva	23.867.950	23.021.123	846.827	(3,68%)	
Contratos de administración	550.972.163	451.070.643	99.901.520	22,15%	
Muebles y Equipo de oficina	39.817.420	9.530.690	30.286.730	317,78%	(i)
Compra de base de datos	-	330.140	(330.140)	(-100%)	
Gastos legales	656.700	-	656.700	100%	
Cuota de fiscalización y auditaje	3.958.900	8.272.818	(4.313.918)	(52,15)	
Gravamen movimiento financiero	13.079.950	19.479.285	(6.399.335)	(32,85%)	
Deterioro rentas parafiscales	33.005.114	31.227.362	1.777.752	5,69%	
Depreciación de propiedad planta y equipo	46.528.640	16.627.121	29.901.519	171,03%	
Perdida en baja de propiedades		665.082	(665.082)	(100%)	
Otros gastos	3.702.391	4.828.898	(1.126.507)	23,33%	
TOTAL	3.533.323.259	4.690.168.581	(1.156.845.322)	(24,67%)	

(a) La disminución de este rubro se presentó por la variación de los empleados que conforman la nómina del FNFP, ya que en el año 2018 se contaban con 43 empleados y para el año 2019 se contaba con 30.

(b) EL aumento de este rubro se presentó por los contratos de prestación de servicios del área de asistencia técnica y el contrato del profesional para la implementación de las Normas Internaciones de Contabilidad para el sector público NICSP.

(c) Para 2019 este rubro disminuyó teniendo en cuenta que en el 2018 se realizó el segundo seminario internacional de papa ejecutado en el primer trimestre y en 2019 la capacitación se realizó en el segundo trimestre del año.

(d) La disminución de este rubro se presentó por la variación de los empleados que conforman la nómina del FNFP, ya que en el año 2018 se contaban con 43 empleados y para el año 2019 se contaba con 30.

(e) La disminución del rubro se debe a que el presupuesto para consumo del año 2018 era de 1.745.451.942 y para 2019 disminuyó a 840.000.000, teniendo en cuenta el plan estratégico establecido para la campaña de consumo.

(f) Este rubro presenta incremento para la vigencia 2019 correspondiente a la prestación de servicios mediante contrato de prestación de servicios No 027 con la agencia Iflex quien realizó el diseño y desarrollo del mobiliario para la participación en Agroexpo, cabe aclarar que en el 2018 no existía esta actividad.

(g) Este rubro presenta incremento para la vigencia 2019, ya que el área de asistencia técnica adquirió la plataforma SIMA, la cual requiere un plan de datos Full para su correcto funcionamiento, además se contrataron dos personas más para el área de recaudo.

(h) La disminución de este rubro corresponde que para el 2019 los gastos de viáticos de la auditoría interna serán con cargo al área de funcionamiento a partir del segundo semestre, adicionalmente se debe a la disminución de funcionarios del área técnica frente al año anterior, dado que en el año 2018 se contaban con 25 funcionarios y para el año 2019 con 12.

(i) El aumento en el rubro se debe a que en el 2019 se compró la licencia anual del software de SIMA para el área de asistencia técnica, el servicio de Email masivo para

sistemas de información y el software para los asesores de recaudo, para el año 2018 no se contaba con este software, adicionalmente se compraron licencias vitalicias de antivirus.

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Paula AG'.

PAULA ANDREA GARAVITO GUARÍN
Directora FNFP