

FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 21/25
PLAN ACCIÓN – RESUMEN EJECUTIVO

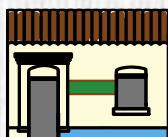




Agremia a los productores de papa en el territorio nacional.



Ejecuta proyectos públicos y privados hace más de 45 años para el subsector papa.



Comercializa insumos agropecuarios en almacenes en el territorio nacional.



Produce semilla certificada.



Desarrolla campañas de consumo de papa.

ADMINISTRADORA DEL FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA



Creado por
Ley 1707 de 2014



Reglamentado por
Decreto 2263 de 2014



ESTRATEGIA 2020

Entre los años 2015 y 2020, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa, adoptó la planeación estratégica llamada **Visión 2020**, la cual, bajo los pilares de Nutrición, Competitividad y Sustentabilidad, tenía como objetivos en su plan de acción:

- a) Fomentar el consumo de papa, con el fin de incrementar la demanda del producto papa como herramienta para la regulación del precio.
- b) Contar información para el subsector de la papa para la toma de decisiones a favor de la cadena.
- c) Fortalecer el funcionamiento del Consejo Nacional de la Papa, como órgano consultivo del sector.
- d) Establecer acciones para equilibrar la balanza comercial del sector de la papa.
- e) Contar con espacios para la actualización en aspectos técnicos, consumos, empresariales, que incluya la difusión de los proyectos ejecutados con recursos del Fondo Nacional Fomento de la Papa, para los productores de papa del país.
- f) Establecer acciones de competitividad en aspectos: laborales, ambientales, técnicos, investigación, asociatividad, que impactan en los costos de producción de la papa y por ende en la rentabilidad de la papa.
- g) Contar con asistencia técnica especializada en papa, con el fin de incrementar la producción de la papa por hectárea, disminuyendo los costos de producción y aumentando el porcentaje de calidades de papa.

ESTRATEGIA 2020

PILAR ESTRATÉGICO	AÑO	OBJETIVOS LEY 1707 2014	OBJETIVO	ESTRATEGIA	ESTADO DE CUMPLIMIENTO DE LA ACCIÓN	CUMPLIMIENTO DEL PILAR
NUTRICIÓN	2016	B. G.	Fomentar el consumo de papa, con el fin de incrementar la demanda del producto papa como herramienta para la regulación del precio.	Generar momentos de consumo en los diferentes canales de consumo directo a través de la vinculación productor-canal y consumidor.	100%	99%
	2017			Construir plan estratégico de consumo a 5 años.	100%	
	2018-2019			Generar campaña de publicidad de acuerdo al plan estratégico de consumo.	100%	
				Establecer Línea base de consumo Per-Cápita.	100%	
				Aplicar indicadores del plan estratégico de consumo 2017-2021*.	93%	
SUSTENTABILIDAD	2016-2017-2018-2019	F. A.	Contar información para el subsector de la papa para la toma de decisiones a favor de la cadena.	Generar información transversal para cadena de la papa.	104%	91%
		A.	Fortalecer el funcionamiento del consejo nacional de la papa, como órgano consultivo del sector.	Generar políticas para el sector de la papa, a través del Consejo Nacional de la Papa.	75%	
		B. F.	Establecer acciones para equilibrar la balanza comercial del sector de la papa.	Generar propuestas de política para incrementar la exportación y/o disminuir las importaciones de papa.	95%	

ESTRATEGIA 2020

PILAR ESTRATÉGICO	AÑO	OBJETIVOS LEY 1707 2014	OBJETIVO	ESTRATEGIA	ESTADO DE CUMPLIMIENTO DE LA ACCIÓN	CUMPLIMIENTO DEL PILAR
COMPETITIVIDAD	2016-2017-2018-2019	A. C. H.	Contar con espacios para la actualización en aspectos técnicos, consumos, empresariales, que incluya la difusión de los proyectos ejecutados con recursos del Fondo Nacional Fomento de la Papa, para los productores de papa del país.	Establecer eventos de capacitación y difusión los para la actualización en aspectos técnicos, consumo, empresariales y proyectos del fondo para los productores de papa del país.	78%	93%
		A. B. C. E. F.	Establecer acciones de competitividad en aspectos: laborales, ambientales, técnicos, investigación, asociatividad, que impactan en los costos de producción de la papa y por ende en la rentabilidad de la papa.	Generar propuestas de política en temas transversales que impacten los costos de producción de la papa.	100%	
	2016-2017-2018-2019	D. G. H.	Contar con asistencia técnica especializada en papa, con el fin de incrementar la producción de la papa por hectárea, disminuyendo los costos de producción y aumentando el porcentaje de calidades de papa.	Contar con un equipo técnico especializado en papa, que brinde asistencia técnica directa y capacitación, logrando que los beneficiarios del programa incrementen la producción, disminuyendo los costos de producción, mejorando la oferta del sector, evidenciando resultados que inciden la rentabilidad del agricultor.	100%	

VISIÓN 2025

En el año 2025, se tendrá consolidada una cadena agroalimentaria de la papa competitiva y sostenible, económica, social y ambientalmente, orientada a mejorar su participación en los mercados nacional e internacional y caracterizada por la innovación tecnológica, el desarrollo empresarial y soporte de la seguridad alimentaria.

PILARES

I. Consumo



- Identidad
- Capacitación
- Comercialización
- Innovación

II. Sostenibilidad



- Económica
- Social
- Ambiental

III. Institucionalidad



- Liderazgo
- Representatividad
- Transparencia

IV. Competitividad



- Productividad
- Mejoramiento
- Adaptabilidad

CONSUMO

TEMA	AÑO	#	OBJETIVOS LEY 1707 2014	OBJETIVO	ESTRATÉGIA
Identidad	2021-2025	1	B. E.	Brindar información suficiente a los consumidores para que estos logren identificar de manera sencilla de origen nacional.	Crear un sello distintivo que permita facilitarle al consumidor la identificación de papas colombianas frente a las importadas.
		2	B. E. G.	Generar un vínculo entre las empresas de Agroindustria, la papa nacional y el consumidor.	Promover la difusión del sello "PAPA 100% COLOMBIANA" - a través de acciones de BTL con las empresas de Agroindustria.
		3	B. G.	Involucrar a la cadena Horeca en el proceso de comercialización con el fin de conectar la oferta del productor con la demanda del consumidor final generando nuevas oportunidades de consumo para la papa colombiana.	Implementar acciones de trade marketing principalmente en restaurantes con el fin de certificarlos como "la más buena papa de Colombia".
		4	B. E. G.	Impulsar la comercialización de la papa a través de participación de eventos especializados en la categoría alimentos.	Indagar y seleccionar eventos especializados de alimentación con el fin de garantizar una presencia de marca para la campaña .
		5	B. E.	Desarrollar un plan de mercadeo estratégico de campaña que permita aumentar el consumo per cápita de papa en Colombia.	Generar acciones de marketing que fomenten el consumo de papa en Colombia.
		6	F.	Implementar herramientas de investigación de mercados que permitan tener información sobre el comportamiento del mercado en general.	Seleccionar los estudios de mercado más influyentes en el ámbito de consumo con el fin de validar los avances de la campaña y la eficiencia en los indicadores.



SOSTENIBILIDAD

TEMA	AÑO	#	OBJETIVOS LEY 1707 2014	OBJETIVO	ESTRATÉGIA
Social	2021-2025	7	F. A. B.	Fortalecer el banco de información disponible para el subsector de la papa, a través del robustecimiento, actualización y mantenimiento de los datos que enriquecen el actual Sistema de Información, en aras de fomentar la toma de decisiones a favor de la cadena productiva papa.	Generar información transversal para la cadena de la papa.
		8	A.	Impulsar el desarrollo y generación de capacidades en jóvenes y mujeres rurales, con el fin de garantizar la equidad de género y el relevo generacional.	Identificar y resaltar el rol de la mujer y los jóvenes rurales en el sector papa.
		9	A.	Fortalecer el liderazgo en las asociaciones y las oportunidades de emprendimiento de los productores de papa, en aras de fomentar el relevo generacional.	Incorporar jóvenes en actividades productivas ligadas a la cadena agroalimentaria, mediante estrategias de modernización y vinculación de nuevas tecnologías.
Económica		10	G.	Impulsar la viabilidad económica del cultivo a través de la industrialización y el fomento a la transformación, con el fin de innovar los esquemas de comercialización en el sector.	Generar acciones orientadas al fortalecimiento de la actividad de industrialización en organizaciones de pequeños productores de papa.
		11	A. B.	Establecer acciones para equilibrar la balanza comercial del sector de la papa.	Generar propuestas de política para incrementar la exportación y/o disminuir las importaciones de papa
		12	F.	Apoyar e incentivar las iniciativas de agricultura de precisión, blockchain, trazabilidad y big data con el fin de robustecer el sistema de información del sector y la toma de decisiones en la cadena.	Generar información transversal para la cadena de la papa
		13	A. B.	Impulsar el acceso a mercados diferenciales, mediante la búsqueda de oportunidades de generación de ingresos, en aras de fomentar una mayor participación en las exportaciones y el mercado nacional.	Impulsar espacios donde los productores puedan comercializar sus productos e intercambiar experiencias.
	14	A. B. F.	Contar con información de área sembrada del cultivo de papa, a través de estrategias geomáticas, orientadas a proporcionar información científica acerca del desempeño del cultivo.	Contar con un stock de instrumentos geomáticos que permitan actualizar estadísticas de área sembrada.	



SOSTENIBILIDAD

TEMA	AÑO	#	OBJETIVOS LEY 1707 2014	OBJETIVO	ESTRATÉGIA
Productiva	2021-2025	15	A.	Fomentar la participación comunitaria, la asociatividad y el cooperativismo en el sector papa.	Generar actividades, capacitaciones que motiven a la participación y afiliación de los productores del país.
		16	C. E.	Adoptar prácticas agrícolas mediante procesos de transferencia de tecnología impulsados desde el FNFP, con fin de maximizar el potencial agronómico de las variedades.	Desarrollar un programa dedicado a la mejora de la productividad y adopción de las BPAS en el cultivo de la papa, liderado desde el FNFP.
		17	B. C. E.	Impulsar la optimización de los costos de producción a través de un programa orientado a el manejo eficiente del cultivo y las nuevas tecnologías, con el fin de generar economías de escala en pequeños y medianos productores.	Articular acciones en los programas de investigación y transferencia de tecnología.
Ambiental	2021-2025	18	B. D.	Fortalecer la actividad científica mediante el desarrollo de un programa de mejoramiento genético, con el fin de contar con nuevas variedades que respondan a los retos bióticos y abióticos del sistema productivo papa.	Realizar alianzas público/privadas en torno a la investigación de nuevas variedades adaptadas .
		19	A. B.	Generar condiciones que promuevan nuevas oportunidades económicas basadas en la riqueza del capital natural del sector papa.	Promover condiciones que favorezcan la adopción de tecnologías para la gestión eficiente de la energía y la movilidad sostenible en el sector papa.
		20	H.	Contribuir al cumplimiento de los estándares de calidad para un ambiente sano, a través del fomento de prácticas de recolección adecuada de desechos, con el fin de mitigar el impacto ambiental del cultivo por unidad productiva.	Fomentar la recolección adecuada de desechos y empaques que se generan con los insumos utilizados en cada proceso del cultivo.



INSTITUCIONALIDAD

TEMA	AÑO	#	OBJETIVOS LEY 1707 2014	OBJETIVO	ESTRATÉGIA
Liderazgo	2021-2025	21	A.	Consolidar al Fondo como un referente sectorial propulsor del desarrollo de los productores de papa del país.	Establecer acciones de liderazgo del Fondo en aspectos: laborales, ambientales, competitividad, investigación, asociatividad, técnica, entre otros.
		22	A.	Fortalecer el funcionamiento del Consejo Nacional de la papa, como órgano consultivo del sector.	Establecer espacios que permitan la interacción con el Consejo Nacional de la Papa y el MADR.
Transparencia	2021-2025	23	A. I.	Presentar una rendición de cuentas del FNFP clara y transparente, a través de estrategias de divulgación que permitan incrementar la base de recaudo y la confianza del productor en el FNFP.	Generar estrategias de divulgación encaminada a resaltar una administración transparente del FNFP.
		24	A. B.	Desarrollar mecanismos de comunicación de doble vía entre los productores de papa y la institucionalidad, haciendo uso de tecnologías de información.	Brindar la confianza a los productores de papa sobre los trabajos, proyectos y beneficios que da el Fondo Nacional de Fomento de la Papa a sus aportantes.



COMPETITIVIDAD

TEMA	AÑO	#	OBJETIVOS LEY 1707 2014	OBJETIVO	ESTRATÉGIA
Productividad	2021-2025	25	B. C.	Incrementar la producción de papa por unidad de área en las diferentes zonas, optimizando los costos de producción y aumentando las calidades del producto.	Crear un equipo técnico especializado en el cultivo que brinde la asistencia técnica directa a los productores
Mejoramiento		26	C. E.	Diseñar y construir un esquema de producción y difusión de semillas certificadas, a través de un paquete de transferencia tecnológica dirigido a asociaciones y productores aportantes del FNFP, con el fin de promover la ampliación y diversificación de la oferta del tubérculo semilla.	Esbozar las ventajas del uso de semilla certificada, a través de la transferencia de tecnología, propendiendo por la ampliación y diversificación de la oferta del semilla certificada disponible.
Adaptabilidad		27	B. C. E.	Propender por el mantenimiento de bases genéticas, a través de esquemas de investigación continua, con el fin de contribuir a la sostenibilidad del sistema productivo papa en el largo plazo.	Fomentar la investigación en un área estratégica y transversal para el sistema productivo en el mejoramiento genético a través de alianzas público/privadas que la hagan sostenible en largo plazo.

