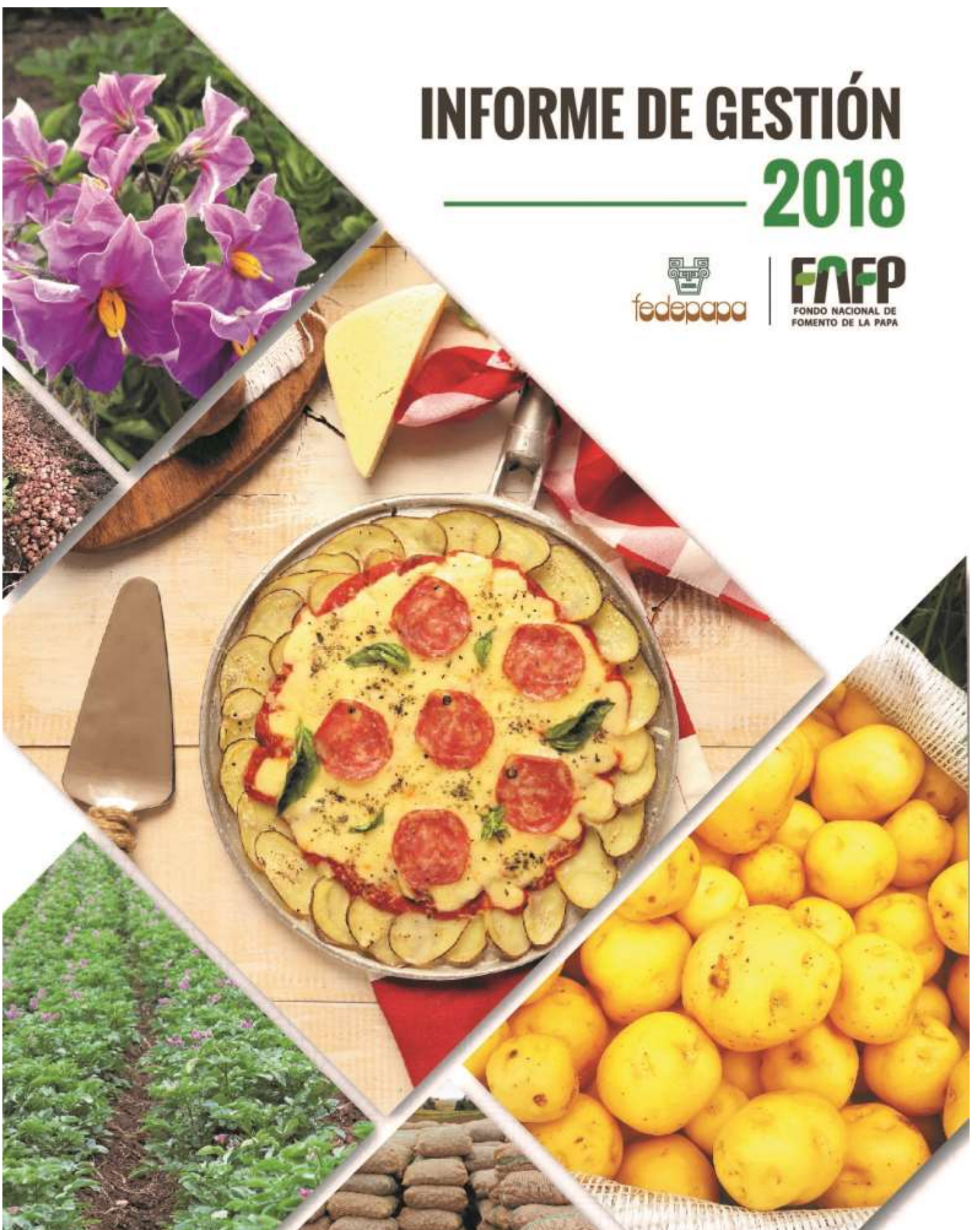


# INFORME DE GESTIÓN

# 2018





## TABLA DE CONTENIDO

1. MARCO LEGAL.....	4
2. CONTRATO ADMINISTRACIÓN – FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA .....	5
3. TRASLADO DE RECURSOS POR PARTE DE ASOHOFRUCOL.....	6
4. ENTORNO ECONÓMICO .....	7
4.1 CONTEXTO INTERNACIONAL .....	7
4.2 LA PAPA EN COLOMBIA .....	11
4.2.3. COMERCIO EXTERIOR DE PAPA.....	20
4.2.4. IMPORTACIONES.....	21
4.2.5 EXPORTACIONES.....	24
5. RECAUDO CUOTA DE FOMENTO .....	28
5.1. PROYECCIÓN META DE RECAUDO 2018.....	28
5.2. GESTIÓN REALIZADA .....	31
5.3. ESTRATEGIAS DE RECAUDO .....	39
5.4. ACCIONES PARA EL CONTROL DEL RECAUDO .....	42
6. INFORME PRESUPUESTAL Y FINANCIERO.....	45
7. INFORME DE TESORERÍA .....	47
8. INFORME PROGRAMAS Y PROYECTOS.....	48
8.1. PROGRAMA: RECAUDO .....	49
8.1.1. PROYECTO: SISTEMATIZACIÓN, CONTROL A LA EVASIÓN Y ELUSIÓN DE LA CUOTA DE FOMENTO DE LA PAPA .....	49
8.2. PROGRAMA: ESTUDIOS ECONÓMICOS.....	58
8.2.1. PROYECTO: SISTEMAS DE INFORMACIÓN .....	58





8.2.2.	PROYECTO: 2DO SEMINARIO INTERNACIONAL DE PAPA .....	67
8.3.	PROGRAMA: INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA .....	74
8.3.1.	PROYECTO: IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS MEDIANTE EXTENSIÓN RURAL EN EL SECTOR PRODUCTIVO PAPA "ITPA" .....	74
8.4.	PROGRAMA: COMERCIALIZACIÓN.....	122
8.4.1.	PROYECTO: PROMOCIÓN AL CONSUMO DE PAPA .....	122
9.	SISTEMAS - CUMPLIMIENTO NORMAS DERECHO DE AUTOR .....	160
10.	CONTRATACIONES Y SEGUROS .....	161
11.	ACTIVOS.....	163
12.	REUNIONES JUNTA DIRECTIVA .....	164
13.	ENTIDADES DE CONTROL.....	165
14.	ESTADOS FINANCIEROS.....	167



# INFORME DE GESTIÓN VIGENCIA 2018

## 1. MARCO LEGAL

El Fondo Nacional de Fomento de la Papa - FNFP fue creado mediante la Ley 1707 de 2014 y reglamentada por el Decreto 2263 de 2014. 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 ADMINISTRACIÓN – FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA

Teniendo en cuenta la Ley 1707 de 2014 reglamentada por el Decreto 2263 de 2014, 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 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 2018.



### **3. TRASLADO DE RECURSOS POR PARTE DE ASOHOFRUCOL**

El artículo 21 de la Ley 1707 de 2014, estableció el "Traslado de los recursos del Fondo Nacional de Fomento Hortofrutícola al Fondo de Fomento de la Papa", el cual reza: "Dentro de los 4 meses siguientes a la vigencia de la Ley, la entidad administradora del Fondo Nacional de Fomento Hortifrutícola deberá traspasar a la entidad administradora del Fondo Nacional de Fomento de la papa los recursos recaudados provenientes de la contribución parafiscal de la papa, no ejecutados, ni comprometidos, que se encuentren bajo su administración".

El administrador ante el incumplimiento de Asohofrucol respecto del traslado de los recursos referidos, presentó denuncia a las entidades de control (Contraloría General de la República y la Procuraduría Agraria), al no obtener respuesta con corte a 30 de mayo de 2018 en sesión extraordinaria, se solicitó autorización de la Junta Directiva del Fondo Nacional de Fomento de la Papa, para presentar proceso declarativo de rendición de cuentas ante la jurisdicción civil dada la calidad de las partes, suscribiendo para tal fin contrato de prestación de servicios con la firma de abogados Gabriel Hernández Villarreal Abogados S.A.S.

La finalidad del proceso es que el juez ordene a Asohofrucol a rendir cuentas sobre los recursos obtenidos producto del recaudo de la cuota de fomento de la papa disponible y no comprometida, que, de acuerdo a información suministrada por las dos auditorías de los fondos parafiscales, asciende a la suma de DOS MIL DIEZ MILLONES CUATROCIENTOS SETENTA Y OCHO MIL NOVECIENTOS VEINTIDÓS PESOS (\$2.010.478.922).

La demanda de rendición de cuentas fue presentada ante la Oficina de Reparto del Consejo Superior de la Judicatura el día 08 de noviembre del 2018, siendo la misma designada al Juzgado Veintinueve (29) Civil del Circuito de Bogotá. Posterior a la vacancia judicial, el día jueves 19 de enero, el juzgado ordenó la remisión del proceso al juzgado 45 administrativo pendiente de calificación de la jurisdicción.



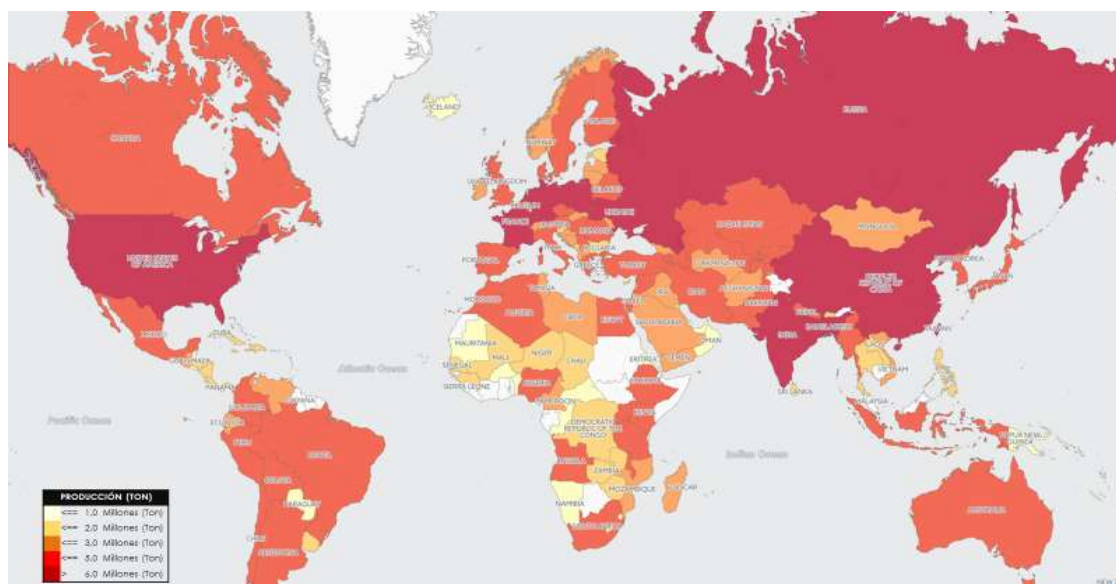
## 4. ENTORNO ECONÓMICO

### 4.1 CONTEXTO INTERNACIONAL

#### 4.1.1. PRODUCCIÓN

La producción mundial de papa para el año 2018 se estima alrededor de 397 millones de toneladas, un poco más alta que el 2017 (1%). El poco crecimiento está explicado principalmente por la gran ola de calor que vivieron muchos países europeos durante el verano y gran parte del año.

**GRÁFICO 1. INTENSIDAD DE LA PRODUCCIÓN DE PAPA A NIVEL MUNDIAL**



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

En Ucrania y Alemania la producción no creció para el 2018, producto de la sequía que causó una disminución en las áreas sembradas y también en la oferta de papa en este continente. Por otra parte, al igual que en el 2017, China se mantiene a la cabeza con más de 102 millones de toneladas, seguido por India con 48,8 millones y de tercero Rusia con 32 millones de toneladas producidas.




**TABLA 1. PRODUCCIÓN MUNDIAL DE PAPA 2017-2018\***

PAÍS	RANKING	PARTICIPACIÓN 2018	PRODUCCIÓN (TON)		
			2017	2018*	VAR (%)
CHINA	1	26%	100.421.820	102.038.521	2%
INDIA	2	12%	47.481.779	48.882.930	3%
RUSIA	3	8%	31.631.110	32.106.572	2%
UCRANIA	4	6%	23.310.526	23.388.852	0%
ESTADOS UNIDOS	5	5%	20.642.133	20.878.430	1%
ALEMANIA	6	3%	10.013.562	9.951.002	-1%
BANGLADESH	7	3%	9.010.827	10.644.420	18%
COLOMBIA	30	1%	2.751.837	2.782.176	1%
<b>TOTAL</b>			<b>392.445.036</b>	<b>397.902.177</b>	<b>1%</b>

\*Estimado

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

En volumen de producción, hoy en día, Colombia, está en el puesto 30 a nivel mundial, representando el 1% del total. A pesar de que Colombia no produce tantas toneladas en cantidades a comparación de otras naciones como China o Rusia, está por encima del promedio de rendimiento del mundo.

**TABLA 2. RENDIMIENTOS DE PAPA (TONELADAS/HECTÁREA) 2015-2018\***

PAÍS	RANKING	2015	2016	2017	2018*
Estados Unidos	1	47,2	46,9	49,6	50
Nueva Zelanda	2	48,5	48,8	48,9	49,2
Alemania	3	47,4	43,8	44,4	43
Dinamarca	4	43,1	42,2	42,5	42,2
Países Bajos	5	45,7	42,7	42	40,3
Australia	6	39,7	39,3	40,4	40,9
Colombia	30	21,5	19,2	20,8	21,4
<b>Promedio Resto del Mundo</b>		21,0	21,3	22,1	22,6
<b>TOTAL PROMEDIO</b>		<b>19,9</b>	<b>20,0</b>	<b>19,9</b>	<b>20,1</b>

\*Estimado

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





#### 4.1.2. MERCADO INTERNACIONAL

El 2018 no fue el mejor año para ciertos países europeos afectados en el segundo semestre por las altas temperaturas, que incidió en el surgimiento del comercio entre países para hacer frente a los déficits de producción causados por los climas extremos. De acuerdo con la FAO<sup>1</sup>, en 30 años el comercio será trascendental para ajustar eficientemente la producción agrícola y poder suplir la demanda.

En los últimos años, los procesos de globalización han llevado a que el comercio internacional aumente, impulsando una serie de reformas (económicas, comerciales, institucionales, entre otras), encaminadas a mejorar los niveles de competitividad de los mercados agrícolas.

De acuerdo con la Organización Mundial de Comercio de las Naciones Unidas<sup>2</sup>, la papa en materia de comercio internacional ha venido experimentando un dinamismo entre los productos no tradicionales, esto a pesar de tener una inclinación hacia el abastecimiento de la demanda interna, y alcanzar intercambios con el exterior cercano al 5% con respecto a la producción mundial.

En el 2018 se estiman importaciones de papa por 22,9 millones de toneladas y exportaciones por 21,6 millones de toneladas. En este punto es importante tener en cuenta varios elementos: en primer lugar, desde el 2016 se ha venido dando una recuperación en el comercio internacional de la papa a nivel mundial, y se espera que cada vez la globalización siga su curso, de tal manera que se sigan reduciendo las barreras del comercio entre países para poder cumplir con la alimentación de la población. De otro lado, a pesar de las malas condiciones del clima en el 2018, Europa sigue siendo el continente que tiene el control del comercio internacional de la papa.

<sup>1</sup> FAO (2016). El estado de los mercados de productos básicos agrícolas.

<sup>2</sup> Uncomtrade-United Nations International Trade Statistics Database



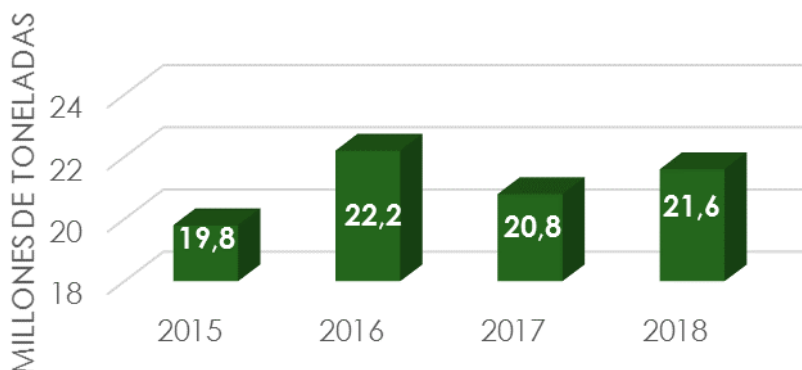
### GRÁFICO 2. IMPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA 2015-2018\*



\*Proyectado

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

### GRÁFICO 3. EXPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA 2015-2018\*



\*Proyectado

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

La subpartida que mayor cantidad de exportaciones tiene a nivel mundial es la 2004.10.00.00 (papa precocida congelada excepto en vinagre o ácido acético), de la cual Países Bajos, Bélgica y Alemania son los mayores exportadores, ya que tienen regiones con extensas tierras dedicadas a este cultivo.

Es importante saber que, como región, la Unión Europea posee acuerdos comerciales que incentivan la exportación de papa hacia otros países del continente, mediante la reducción o eliminación de aranceles para esta acción, motivo por el cual se encuentran posicionados estos mercados.



### GRÁFICO 4. PARTICIPACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE PAPA PROCESADA 2017-2018\*

#### EXPORTACIONES

#### IMPORTACIONES



\*Proyectado

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

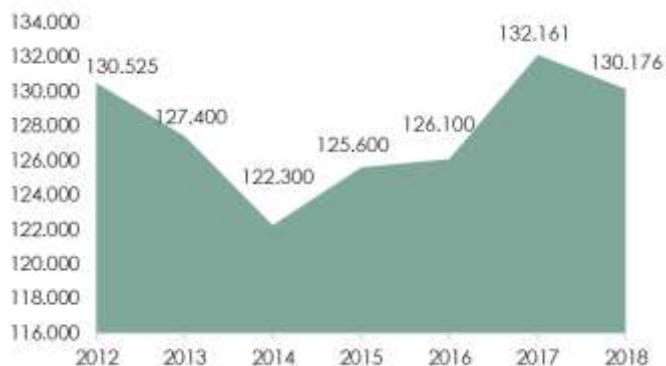
## 4.2 LA PAPA EN COLOMBIA

### 4.2.1. PRODUCCIÓN Y ÁREA SEMBRADA

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

Para el 2018, el área sembrada fue de 130.176 hectáreas, es decir, 1,5% menos que en el año 2017. Esta disminución en el área sembrada se debe a las expectativas de la llegada del Fenómeno del Niño para finales de año y comienzos del 2019.

### GRÁFICO 5. ÁREA SEMBRADA DE PAPA NACIONAL (HECTÁREAS) 2012 – 2018



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





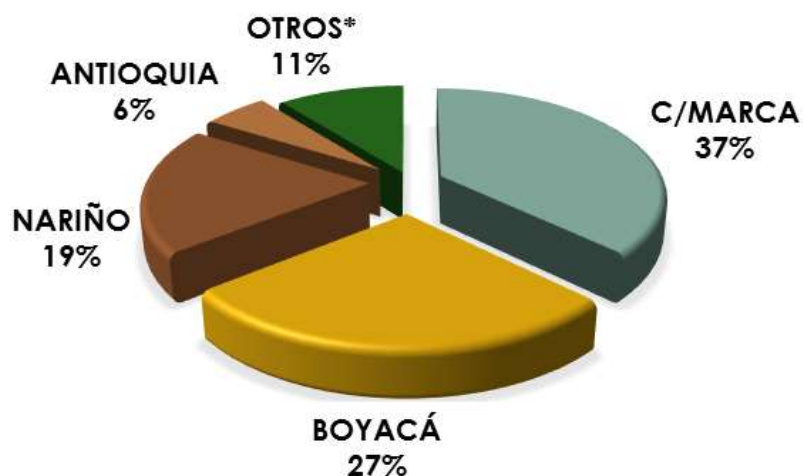
**TABLA 3. ÁREA SEMBRADA DE PAPA POR DEPARTAMENTO (HECTÁREAS)  
2017 – 2018**

PERIODO	C/MARCA	BOYACÁ	NARIÑO	ANTIOQUIA	OTROS*	TOTAL
<b>2017</b>	48.256	36.146	26.394	7.400	13.965	<b>132.161</b>
<b>2018</b>	48.289	35.563	25.278	7.165	13.882	<b>130.176</b>
<b>Var. (%)</b>	<b>0%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>-4,2%</b>	<b>-3,1%</b>	<b>-0,5%</b>	<b>-1,5%</b>

\*Incluye Cauca, Tolima, Caldas, Santander y Norte de Santander.

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

**GRÁFICO 6. PARTICIPACIÓN DEPARTAMENTAL EN EL ÁREA SEMBRADA EN PAPA 2018**



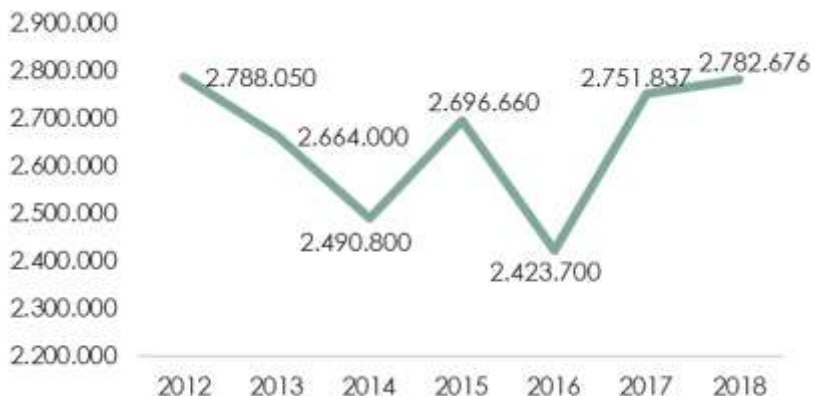
\*Incluye Cauca, Tolima, Caldas, Santander y Norte de Santander.

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

Por su parte, la producción nacional de papa alcanzó los 2,78 millones de toneladas, es decir, un 1,1% más que en 2017, cuya producción se situó en 2,75 millones de toneladas. Este aumento fue causado por una mayor cantidad de lluvias, lo que mejoró la disponibilidad de agua y afectó positivamente los rendimientos, que pasaron de 20,8 a 21,4 toneladas por hectárea en el 2018, o sea, 3% más que en el año anterior.



**GRÁFICO 7. PRODUCCIÓN DE PAPA (TONELADAS)  
COMPARATIVO 2017- 2018**



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

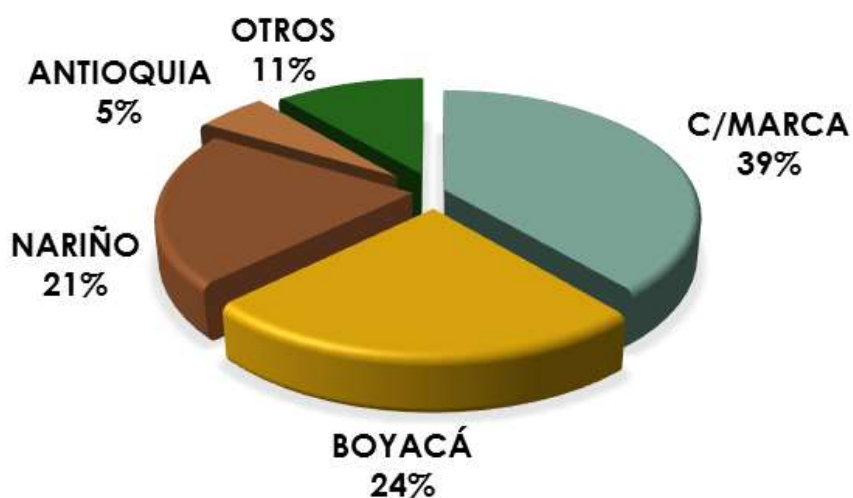
**TABLA 4. PRODUCCIÓN DE PAPA (TONELADAS) POR DEPARTAMENTOS  
2017 – 2018**

PERIODO	C/MARCA	BOYACÁ	NARIÑO	ANTIOQUIA	OTROS*	TOTAL
<b>2017</b>	1.075.360	713.592	530.000	150.960	281.925	<b>2.751.837</b>
<b>2018</b>	1.077.222	671.204	574.550	148.115	311.585	<b>2.782.676</b>
<b>Var. (%)</b>	<b>0,17%</b>	<b>-5,9%</b>	<b>8,4%</b>	<b>-1,8%</b>	<b>10,5%</b>	<b>-1,1%</b>

\*Incluye Cauca, Tolima, Caldas, Santander y Norte de Santander.

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

**GRÁFICO 8. PARTICIPACIÓN DEPARTAMENTAL EN LA PRODUCCIÓN  
DE PAPA 2018**



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



En lo que se refiere al área departamental y producción, Cundinamarca es la región con mayor participación en el subsector papa a nivel nacional, con un total de 48.289 hectáreas sembradas de papa y más de un millón de toneladas producidas. Boyacá le sigue con 35.563 hectáreas, y 670 mil toneladas. Nariño es el tercer departamento con mayor participación con 25.278 hectáreas y 574 mil toneladas. Antioquia con 7.165 hectáreas y 148 mil toneladas. Los otros departamentos Cauca, Tolima, Santander, Norte de Santander y Caldas, agrupan 13.882 hectáreas y más de 311 mil toneladas producidas.

#### 4.2.2. PRECIOS

**TABLA 5. PRECIO PROMEDIO MENSUAL POR KILO DE PAPA 2017-2018**

MES/AÑO	VARIEDADES BLANCAS LAVADAS			VARIEDADES BLANCAS NO LAVADAS		
	2017	2018	VAR (%)	2017	2018	VAR (%)
<b>ENERO</b>	\$561	\$1.161	<b>107%</b>	\$519	\$909	<b>75%</b>
<b>FEBRERO</b>	\$583	\$1.053	<b>81%</b>	\$494	\$859	<b>74%</b>
<b>MARZO</b>	\$668	\$1.003	<b>50%</b>	\$573	\$889	<b>55%</b>
<b>ABRIL</b>	\$617	\$828	<b>34%</b>	\$569	\$803	<b>41%</b>
<b>MAYO</b>	\$578	\$705	<b>22%</b>	\$606	\$728	<b>20%</b>
<b>JUNIO</b>	\$548	\$595	<b>9%</b>	\$532	\$581	<b>9%</b>
<b>JULIO</b>	\$530	\$569	<b>7%</b>	\$461	\$544	<b>18%</b>
<b>AGOSTO</b>	\$469	\$599	<b>28%</b>	\$467	\$584	<b>25%</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>	\$583	\$652	<b>12%</b>	\$554	\$678	<b>22%</b>
<b>OCTUBRE</b>	\$744	\$766	<b>3%</b>	\$749	\$802	<b>7%</b>
<b>NOVIEMBRE</b>	\$920	\$783	<b>-15%</b>	\$938	\$919	<b>-2%</b>
<b>DICIEMBRE</b>	\$1.027	\$795	<b>-23%</b>	\$973	\$799	<b>-18%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>\$652</b>	<b>\$792</b>	<b>21%</b>	<b>\$620</b>	<b>\$758</b>	<b>22%</b>

**Variedades blancas contiene:** Betina, Diacol capiro, ICA-Nevada, ICA-única, Tuquerreña, Pastusa, Suprema, Superior.

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

Los precios de los cuales dispone el área de Sistemas de Información y Estudios Económicos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa-FNFP se obtienen con base en una estimación de los informes de Precios Mayoristas SIPSA del DANE, a través de los cuales se registran y procesan por medio del software Stata los precios pagados al productor de las principales variedades de las regiones productoras.





Para el 2018, el precio promedio de las variedades blancas no lavadas fue de \$758, es decir, 22% más que el año anterior, en el cual el precio promedio fue de \$620. Por su parte, las papas blancas lavadas también tuvieron una variación similar, siendo del 21% más que en el 2017, con un precio promedio de \$792. En el primer semestre se vio una tendencia de precios altos, causado principalmente por un aumento en las precipitaciones y un rompimiento en la estacionalidad del clima. Sin embargo, para el segundo semestre hubo una disminución en el precio causada por las épocas de cosecha además de una estabilización en las lluvias, a tal punto que el 2018 cerró con precios más bajos que el año anterior.

**TABLA 6. PRECIO MENSUAL POR KILO DE PAPA VARIEDADES BLANCAS 2017-2018**

VARIEDAD	MES	2017	2018	VAR. (%)
Betina	Enero	\$ 249	\$ 662	166%
	Febrero	\$ 259	\$ 589	127%
	Marzo	\$ 317	\$ 564	78%
	Abril	\$ 299	\$ 452	51%
	Mayo	\$ 250	\$ 403	61%
	Junio	\$ 238	\$ 295	24%
	Julio	\$ 262	\$ 300	15%
	Agosto	\$ 268	\$ 341	28%
	Septiembre	\$ 349	\$ 381	9%
	Octubre	\$ 542	\$ 491	-9%
	Noviembre	\$ 708	\$ 557	-21%
	Diciembre	\$ 766	\$ 465	-39%
<b>PROMEDIO BETINA</b>		<b>\$ 376</b>	<b>\$ 458</b>	<b>41%</b>
Diacol Capiro	Enero	\$ 472	\$ 905	92%
	Febrero	\$ 464	\$ 851	83%
	Marzo	\$ 514	\$ 864	68%
	Abril	\$ 525	\$ 778	48%
	Mayo	\$ 568	\$ 630	11%
	Junio	\$ 503	\$ 484	-4%
	Julio	\$ 454	\$ 448	-1%
	Agosto	\$ 438	\$ 492	12%
	Septiembre	\$ 493	\$ 533	8%
	Octubre	\$ 662	\$ 642	-3%
	Noviembre	\$ 847	\$ 750	-11%



	Diciembre	\$ 925	\$ 771	-17%
<b>PROMEDIO DIACOL CAPIRO</b>		<b>\$ 572</b>	<b>\$ 679</b>	<b>24%</b>
ICA- ÚNICA	Enero	\$ 324	\$ 731	126%
	Febrero	\$ 334	\$ 681	104%
	Marzo	\$ 373	\$ 695	86%
	Abril	\$ 357	\$ 560	57%
	Mayo	\$ 342	\$ 497	45%
	Junio	\$ 299	\$ 410	37%
	Julio	\$ 306	\$ 393	29%
	Agosto	\$ 322	\$ 423	32%
	Septiembre	\$ 408	\$ 454	11%
	Octubre	\$ 618	\$ 546	-12%
	Noviembre	\$ 805	\$ 633	-21%
	Diciembre	\$ 837	\$ 587	-30%
<b>PROMEDIO ICA ÚNICA</b>		<b>\$ 444</b>	<b>\$ 551</b>	<b>39%</b>
Tuquerreña	Enero	\$ 643	\$ 955	48%
	Febrero	\$ 621	\$ 898	45%
	Marzo	\$ 750	\$ 1.099	47%
	Abril	\$ 797	\$ 1.235	55%
	Mayo	\$ 1.211	\$ 1.173	-3%
	Junio	\$ 1.063	\$ 924	-13%
	Julio	\$ 645	\$ 858	33%
	Agosto	\$ 655	\$ 797	22%
	Septiembre	\$ 792	\$ 971	23%
	Octubre	\$ 1.103	\$ 1.184	7%
	Noviembre	\$ 1.272	\$ 1.255	-1%
	Diciembre	\$ 1.121	\$ 961	-14%
<b>PROMEDIO TUQUERREÑA</b>		<b>\$ 889</b>	<b>\$ 1.026</b>	<b>21%</b>
Parda Pastusa	Enero	\$ 471	\$ 920	95%
	Febrero	\$ 461	\$ 832	80%
	Marzo	\$ 470	\$ 884	88%
	Abril	\$ 495	\$ 803	62%
	Mayo	\$ 479	\$ 696	45%
	Junio	\$ 435	\$ 562	29%



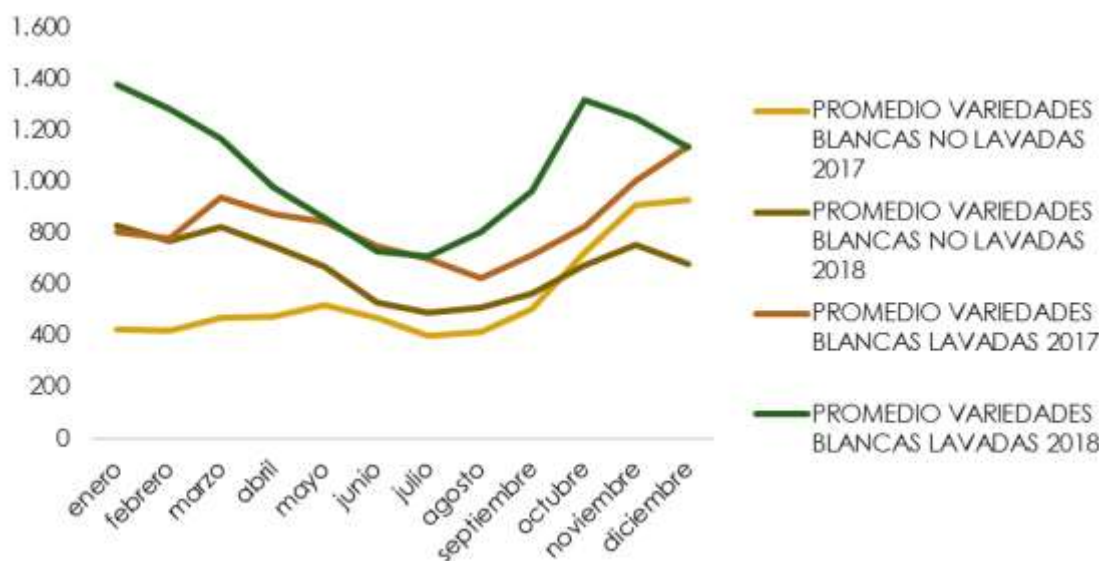
	Julio	\$ 429	\$ 523	22%
	Agosto	\$ 454	\$ 540	19%
	Septiembre	\$ 553	\$ 576	4%
	Octubre	\$ 774	\$ 658	-15%
	Noviembre	\$ 963	\$ 745	-23%
	Diciembre	\$ 1.010	\$ 691	-32%
<b>PROMEDIO PASTUSA</b>		<b>\$ 583</b>	<b>\$ 703</b>	<b>31%</b>
Pastusa Suprema	Enero	\$ 387	\$ 808	109%
	Febrero	\$ 380	\$ 739	95%
	Marzo	\$ 406	\$ 783	93%
	Abril	\$ 401	\$ 695	73%
	Mayo	\$ 378	\$ 614	62%
	Junio	\$ 355	\$ 483	36%
	Julio	\$ 341	\$ 431	26%
	Agosto	\$ 368	\$ 460	25%
	Septiembre	\$ 458	\$ 491	7%
	Octubre	\$ 672	\$ 588	-13%
	Noviembre	\$ 861	\$ 669	-22%
	Diciembre	\$ 914	\$ 635	-31%
<b>PROMEDIO PASTUSA SUP</b>		<b>\$ 494</b>	<b>\$ 616</b>	<b>38%</b>
Superior	Enero	\$ 435	\$ 823	89%
	Febrero	\$ 427	\$ 797	87%
	Marzo	\$ 471	\$ 865	84%
	Abril	\$ 451	\$ 728	61%
	Mayo	\$ 412	\$ 676	64%
	Junio	\$ 382	\$ 546	43%
	Julio	\$ 374	\$ 488	31%
	Agosto	\$ 380	\$ 505	33%
	Septiembre	\$ 491	\$ 542	10%
	Octubre	\$ 692	\$ 601	-13%
	Noviembre	\$ 900	\$ 673	-25%
	Diciembre	\$ 942	\$ 634	-33%
<b>PROMEDIO SUPERIOR</b>		<b>\$ 530</b>	<b>\$ 657</b>	<b>36%</b>

Fuente: Centrales de Abastos- Consejo Nacional de la Papa -Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP-Fedepapa





**GRÁFICO 9. PRECIO PROMEDIO MENSUAL POR VARIETADES BLANCAS 2017-2018**



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

**TABLA 7. PRECIO PROMEDIO PAPA CRIOLLA 2013-2018**

AÑOS	CRIOLLA LAVADA	VAR. (%)	CRIOLLA SIN LAVAR	VAR. (%)
2013	\$ 1.066	108%	\$ 615	82%
2014	\$ 1.101	3%	\$ 680	11%
2015	\$ 1.221	11%	\$ 734	8%
2016	\$ 1.938	59%	\$ 1.202	64%
2017	\$ 1.168	-40%	\$ 733	-39%
2018	\$ 1.068	-9%	\$ 600	-18%
<b>PROMEDIO ANUAL</b>	<b>\$ 1.260</b>	<b>22%</b>	<b>\$ 761</b>	<b>18%</b>

Fuente: Centrales de Abastos- Consejo Nacional de la Papa -Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP- Fedepapa

Con respecto a las variedades amarillas, la papa criolla presentó un decrecimiento en el precio respecto al 2017. El precio promedio de la criolla sin lavar estuvo 18%, con un promedio de \$600 a comparación del 2017, año en que el promedio fue de \$733. En los últimos 6 años el precio de la papa criolla sin lavar presentó un promedio de \$761, mientras que, para este mismo periodo, la criolla lavada tuvo un precio promedio de \$1.260.



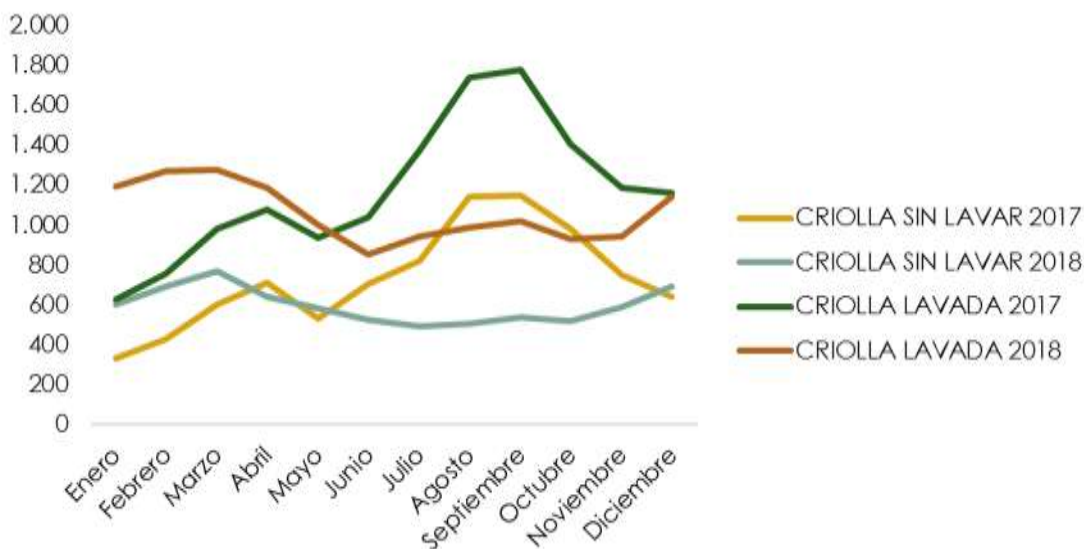
**TABLA 8. PRECIO PROMEDIO PAPA CRIOLLA 2017-2018**

VARIEDAD	MES	2017	2018	VAR. (%)
Criolla sin lavar	Enero	\$ 331	\$ 605	83%
	Febrero	\$ 428	\$ 693	62%
	Marzo	\$ 606	\$ 769	27%
	Abril	\$ 711	\$ 644	-9%
	Mayo	\$ 532	\$ 585	10%
	Junio	\$ 706	\$ 526	-25%
	Julio	\$ 822	\$ 497	-40%
	Agosto	\$ 1.143	\$ 509	-55%
	Septiembre	\$ 1.148	\$ 540	-53%
	Octubre	\$ 985	\$ 522	-47%
	Noviembre	\$ 753	\$ 593	-21%
	Diciembre	\$ 641	\$ 693	8%
<b>PROMEDIO CRIOLLA SIN LAVAR</b>		<b>\$ 734</b>	<b>\$ 598</b>	<b>-5%</b>
Criolla lavada	Enero	\$ 629	\$ 1.193	90%
	Febrero	\$ 757	\$ 1.270	68%
	Marzo	\$ 981	\$ 1.274	30%
	Abril	\$ 1.078	\$ 1.190	10%
	Mayo	\$ 938	\$ 998	6%
	Junio	\$ 1.041	\$ 856	-18%
	Julio	\$ 1.374	\$ 942	-31%
	Agosto	\$ 1.742	\$ 991	-43%
	Septiembre	\$ 1.775	\$ 1.021	-42%
	Octubre	\$ 1.403	\$ 933	-33%
	Noviembre	\$ 1.188	\$ 941	-21%
	Diciembre	\$ 1.164	\$ 1.144	-2%
<b>PROMEDIO CRIOLLA LAVADA</b>		<b>\$ 1.173</b>	<b>\$ 1.063</b>	<b>1%</b>

**Fuente:** Centrales de Abastos- Consejo Nacional de la Papa –Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP- Fedepapa



**GRÁFICO 10. PRECIO PROMEDIO MENSUAL PAPA CRIOLLA 2017-2018**



**Fuente:** Centrales de Abastos- Consejo Nacional de la Papa –Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP- Fedepapa

### 4.2.3. COMERCIO EXTERIOR DE PAPA

Al igual que en los últimos años, la balanza comercial nacional de papa continúa registrando déficit. Para el 2018<sup>3</sup> este valor se situó en -42.478 toneladas, explicado principalmente la gran cantidad de importaciones que entra al país comparado con las exportaciones.

Hasta el mes de octubre de 2018, se registraron 1.304 toneladas de papa exportada, mientras que las importaciones alcanzaron las 43.782 toneladas. Desde el 2009 que Colombia no registra una balanza comercial de papa positiva.

**TABLA 9. BALANZA COMERCIAL DE LA PAPA 2014-2018\***

CATEGORÍA	2014	2015	2016	2017	2018*
IMPORTACIONES	28.097	38.986	43.487	39.823	43.782
EXPORTACIONES	942	943	946	2.060	1.304
<b>BALANZA COMERCIAL</b>	<b>-27.156</b>	<b>-38.043</b>	<b>-42.542</b>	<b>-37.763</b>	<b>-42.478</b>

\*Dato disponible hasta octubre

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

<sup>3</sup> Datos disponibles a octubre





**TABLA 10. BALANZA COMERCIAL EN PAPA 2009-2018\***

AÑO	EXPORTACIONES (TON)	IMPORTACIONES (TON)	BALANZA COMERCIAL (TON)
2009	21.976	6.380	15.596
2010	2.005	11.337	-9.332
2011	5.411	15.589	-10.178
2012	1.624	19.889	-18.265
2013	1.212	21.309	-20.097
2014	942	28.097	-27.156
2015	943	38.986	-38.043
2016	946	43.487	-42.542
2017	2.060	39.823	-37.764
2018*	1.304	43.782	-42.478

\*Dato disponible hasta octubre

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

#### 4.2.4. IMPORTACIONES

En el 2018, se han importado más de 43 mil toneladas de papa, es decir, 29% más que en el 2017 (hasta octubre) en el cual se registraron 33.945 toneladas importadas. Los principales importadores de papa en el 2018 fueron Bélgica, con 62% de participación, Países Bajos con 21%, Estados Unidos 9%, Argentina 3% y Canadá 3%. 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).



**TABLA 11. IMPORTACIONES DE PAPA POR ORIGEN EN TONELADAS  
CORRIDO A OCTUBRE DESDE 2016-2018**

PAÍS	2016	2017	2018*	VAR. (%) 2017/2018*	PROMEDIO
Bélgica	19.936	19.765	27.059	37%	22.254
Países Bajos	5.609	6.582	9.398	43%	3.411
Estados Unidos	4.802	3.775	3.839	2%	2.041
Canadá	2.255	2.166	1.199	-45%	978
Alemania	2.426	1.399	891	-36%	698
Argentina	819	137	1.276	830%	188
Israel	-	-	41	100%	41
México	22	20	45	123%	15
España	64	45	24	-47%	23
Chile	-	11	3	-76%	5
Líbano	0	0	2	297%	0
Francia	2	2	1	-50%	1
Polonia		38	5	-87%	38
China	16	3		-100%	3
<b>TOTAL</b>	<b>35.982</b>	<b>33.945</b>	<b>43.782</b>	<b>29%</b>	<b>12.020</b>

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

**TABLA 12. IMPORTACIONES DE PAPA EN TONELADAS Y VALOR  
2016\*-2018\***

AÑO	Volumen (Ton)	Valor (Miles US\$/CIF)
2016	35.982	33.185
2017	33.945	32.708
2018	43.782	39.128
<b>PROMEDIO AÑO CORRIDO A OCTUBRE</b>	<b>37.903</b>	<b>35.007</b>

\*Datos a Octubre

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



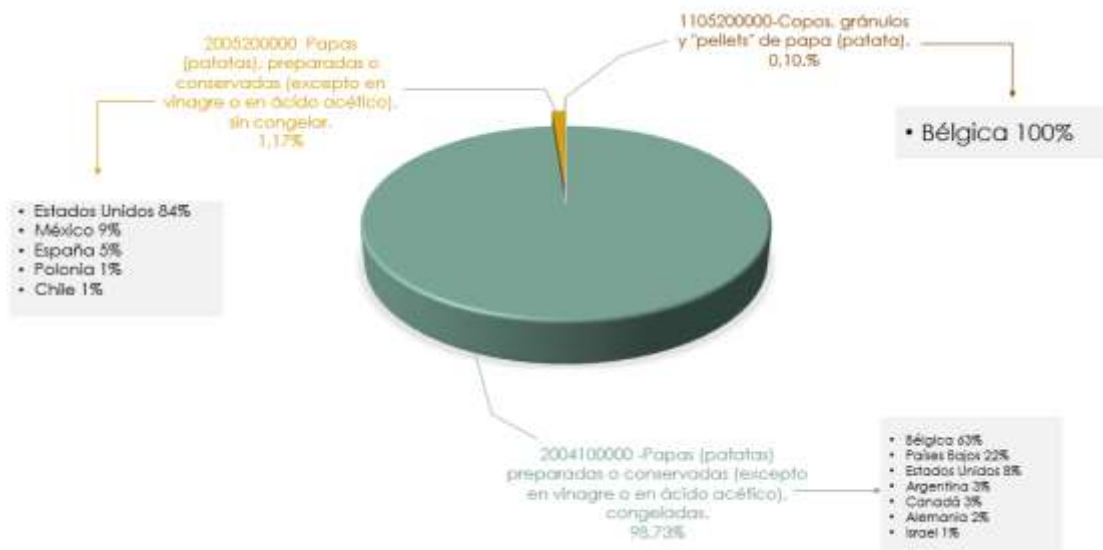
**TABLA 13. IMPORTACIONES DE PAPA EN TONELADAS POR SUBPARTIDA  
2016\*-2018\***

PARTIDA	PAÍS	2016	2017	2018	PROMEDIO
2004.10.00.00 - Papas (patatas) preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas.	Bélgica	19.892	19.692	27.015	22.200
	Países Bajos	5.609	6.582	9.398	7.196
	Estados Unidos	4.216	3.268	3.409	3.631
	Canadá	2.249	2.116	1.199	1.871
	Alemania	2.422	1.362	889	1.558
	Argentina	819	131	1.276	744
	Israel			41	41
	Polonia		38		38
<b>TOTAL SUBPARTIDA</b>		<b>35.233</b>	<b>33.245</b>	<b>43.226</b>	<b>37.234</b>
2005.20.00.00 - Papas (patatas), preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar.	Estados Unidos	566	507	430	501
	México	22	20	45	29
	España		45	24	23
	Chile		11	3	7
	Alemania		1	2	3
	Líbano	0	0	2	1
	Francia	2	2	1	2
	China	16	3		10
	Canadá	7			7
Polonia			5	5	
<b>TOTAL SUBPARTIDA</b>		<b>617</b>	<b>591</b>	<b>512</b>	<b>573</b>
1105.20.00.00 - Copos, gránulos y "pellets" de papa (patata).	Bélgica	43	68	42	153
	España	64			64
	Alemania	4	36		20
<b>TOTAL SUBPARTIDA</b>		<b>111</b>	<b>104</b>	<b>42</b>	<b>257</b>
0710.10.00.00 - Papas (patatas) aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.	Bélgica	1	5	2	9
	Estados Unidos	20			20
<b>TOTAL SUBPARTIDA</b>		<b>21</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>20</b>
<b>TOTAL IMPORTACIONES A OCTUBRE</b>		<b>35.981</b>	<b>33.945</b>	<b>43.782</b>	<b>18.354</b>

\*Datos a octubre

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

**GRÁFICO 11. ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE PAPA POR COLOMBIA  
POR SUBPARTIDA 2018\***



\*Datos a octubre

**Fuente:** Agronet - Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FNFP-Fedepapa - Consejo Nacional de la Papa

A pesar de las grandes cifras de importaciones de papa, en el mes de noviembre Colombia ganó una demanda a la Unión Europea, ante la evidencia de dumping en las importaciones de papa precocida congelada (excepto en vinagre o ácido acético) de subpartida 2004.10.00.00 provenientes de Bélgica, Alemania y Países Bajos (Holanda) para el periodo comprendido entre julio de 2016 y julio de 2017.

Se establecieron medidas antidumping por un plazo de dos años a las empresas a las que se les comprobó esta práctica y se espera que las importaciones de papa precocida congelada presenten una reducción importante en los años 2019 y 2020.

#### 4.2.5 EXPORTACIONES

Las exportaciones de papa han sido 27%<sup>4</sup> menos que el año anterior. En volumen, se han exportado cerca de 1.304 toneladas, mientras que en el 2017<sup>5</sup> llegaron a 1.779 toneladas.

Los principales países que reciben las exportaciones colombianas son Estados Unidos (41%), le sigue Curazao (30%) y luego Japón (13%).

<sup>4</sup> Corrido a octubre.

<sup>5</sup> Corrido a octubre.





**TABLA 14. EXPORTACIONES DE PAPA COLOMBIANA POR DESTINO  
EN TONELADAS 2016\*-2018\***

PAÍS	2016*	2017*	2018*	VAR. (%) 2017/2018	PROMEDIO
Estados Unidos	537	460	531	15%	509
Curazao	148	250	382	34%	260
Japón	149	250	171	-39%	190
Aruba	11	19	40	90%	23
Perú	-	-	34	100%	34
España	39	30	37	12%	35
Panamá	46	38	62	41%	49
Canadá	18	11	19	73%	16
Chile	12	3	13	225%	9
Reino Unido	9	4	5	25%	6
Australia	5	7	7	%	6
México	1	37	3	-92%	14
Colombia	-	-	-	0%	-
Puerto Rico	65	-	-	0%	65
Rusia	1	1	-	-100%	1
Bélgica	-	-	-	0%	-
Países Bajos	-	-	-	0%	-
Argentina	-	-	-	0%	-
Israel	-	-	-	0%	-
Trinidad y Tobago	-	1	-	-100%	1
Venezuela	-	666	-	-100%	666
Alemania	-	-	-	0%	-
Francia	-	-	-	0%	-
<b>TOTAL</b>	<b>1.041</b>	<b>1.779</b>	<b>1.304</b>	<b>-27%</b>	<b>1.375</b>

\*Datos a octubre

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

**TABLA 15. EXPORTACIONES DE PAPA COLOMBIANA EN TONELADAS Y  
VALOR 2016\*-2018\***

AÑO	VOLUMEN (TON)	VALOR (MILES US\$/FOB)
2016	1.041	2.740
2017	1.779	2.914
2018	1.304	2.947
<b>PROMEDIO</b>	<b>1.375</b>	<b>2.867</b>

\*Datos a octubre 2018

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



**TABLA 16. EXPORTACIONES DE PAPA COLOMBIANA EN TONELADAS POR SUBPARTIDA  
DESDE 2016\*-2018\***

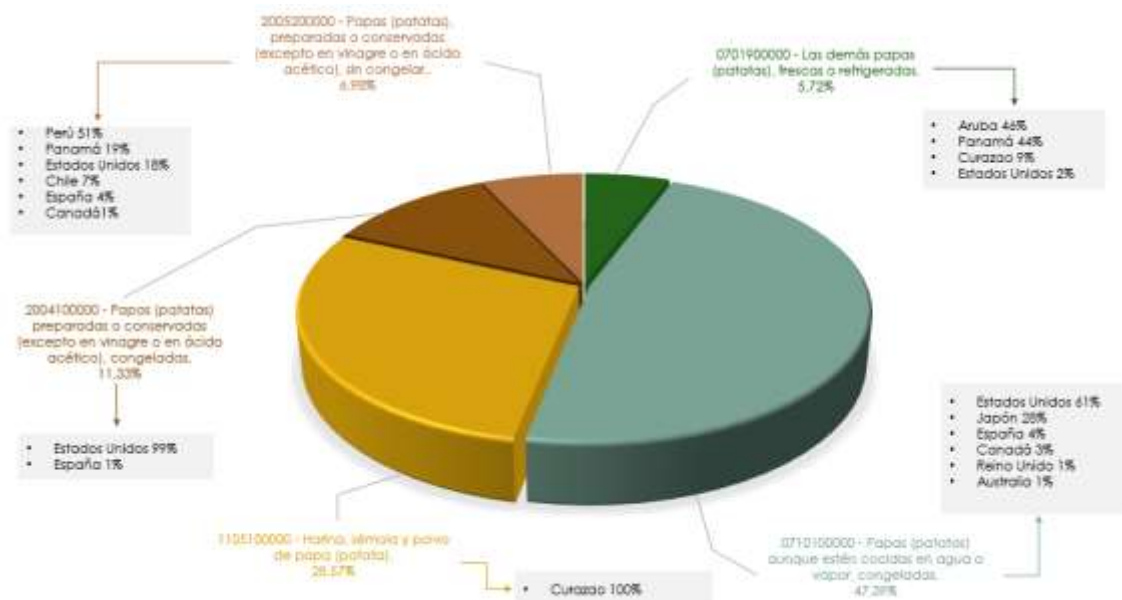
PARTIDA	PAÍS	2016	2017	2018	PROMEDIO
0710.10.00.00 - Papas (patatas) aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.	Estados Unidos	358	339	309	335
	Japón	149	250	139	179
	España	31	23	22	25
	Canadá	12	10	16	13
	Reino Unido	9	4	4	6
	Australia	5	7	6	6
	Rusia	1	1	-	1
	Chile	3	1	2	2
	México	1	1	2	1
	Aruba	-	-	1	1
	Trinidad y Tobago	-	1	-	1
<b>TOTAL SUBPARTIDA</b>		<b>569</b>	<b>638</b>	<b>501</b>	<b>571</b>
1105.10.00.00 - Harina, sémola y polvo de papa (patata).	Curazao	136	251	257	215
<b>TOTAL SUBPARTIDA</b>		<b>136</b>	<b>251</b>	<b>257</b>	<b>215</b>
2004.10.00.00 - Papas (patatas) preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas.	Estados Unidos	147	113	79	133
	Venezuela	-	261	-	261
	México	-	36	-	36
	España	3	3	2	3
	Canadá	3	1	0	2
	Aruba	-	-	5	5
<b>TOTAL SUBPARTIDA</b>		<b>153</b>	<b>417</b>	<b>86</b>	<b>218</b>
0701.90.00.00 - Las demás papas (patatas), frescas o refrigeradas.	Panamá	25	27	25	26
	Aruba	11	19	26	19
	Curazao	11	10	5	9
	Estados Unidos	6	0	1	2
<b>TOTAL SUBPARTIDA</b>		<b>52</b>	<b>56</b>	<b>57</b>	<b>55</b>
2005.20.00.00 - Papas (patatas), preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar.	Perú	-	-	32	32
	Estados Unidos	26	8	12	15
	Puerto Rico	65	-	-	65
	Panamá	21	8	12	14
	Chile	9	1	4	5
	España	5	4	2	4
Canadá	3	0	0	1	
<b>TOTAL SUBPARTIDA</b>		<b>129</b>	<b>21</b>	<b>63</b>	<b>71</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1.041</b>	<b>1.389</b>	<b>964</b>	<b>1.129</b>

\* Datos corridos a octubre

Fuente: Agronet - Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FANFP-Fedepapa - Consejo Nacional de la Papa



**GRÁFICO 12. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PAPA POR COLOMBIA POR SUBPARTIDA 2018\***



\*Datos a Octubre de 2018

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

Frente a las variedades de exportación, se destacan las papas criollas, variedad típica de Colombia que se caracteriza por ser de menor tamaño y de cáscara amarilla, que ha encontrado buena aceptación en países como Japón y Estados Unidos.



## 5. RECAUDO CUOTA DE FOMENTO

Durante el año 2018, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa - FNFP presentó ingresos por el recaudo de la cuota de fomento por el valor de \$4.510.706.433 discriminados así:

**TABLA 1. INGRESOS CUOTA DE FOMENTO AÑO 2018**

DETALLE	VALOR
Cuota de fomento vigencia 2018	\$4.461.603.119
Vigencias anteriores	\$49.103.314
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$4.510.706.433</b>

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

### 5.1. PROYECCIÓN META DE RECAUDO 2018

Para la proyección de los ingresos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa para el año 2018<sup>6</sup>, 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: precio, área y producción, estimando un área sembrada de 132.161 hectáreas, con un rendimiento promedio de 20,82 toneladas por hectárea y un precio de \$580.000 por tonelada, este precio se tomó teniendo en cuenta los contratos a futuro de la industria para el año 2018.

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 \$3.791.900.000.

**TABLA 2. VARIABLES CÁLCULO META DE RECAUDO AÑO 2018**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD PRESUPUESTADA	CANTIDAD AJUSTADA	VARIACIÓN	UNIDADES
ÁREA SEMBRADA	132.161	130.176	-1,5%	(has)
RENDIMIENTO ESPERADO	20,82	21,37	2,7%	(ton/ha)
PRECIO TONELADA	\$580.000	\$700.000	20,7%	(\$/ton)

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

<sup>6</sup> La proyección de ingresos para el año 2018, se realizó en el mes de octubre del año 2017, con el área y el rendimiento del año 2017.





Durante el año 2018, el proyecto Sistema de Información y Estudios Económicos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa – FNFP, realizó seguimiento a los precios de las distintas variedades de papa, evidenciando que para la Diacol Capiro<sup>7</sup> el precio promedio pagado por kilo alcanzó los \$678 versus los \$564 del año 2017, lo que representa un aumento del 20,2%.

Por ser el precio un factor que influye directamente en el recaudo de la cuota de fomento, se debió realizar un ajuste a la proyección de la meta anual de recaudo; basados en un nuevo precio promedio estimado por tonelada de \$700.000, presentando un incremento del 20,7% al inicialmente planteado, aprobando la junta directiva del FNFP un incremento en los ingresos por recaudo para el año 2018 de \$358.100.000 para un presupuesto de \$4.150.000.000, de igual forma fue necesario realizar un ajuste en la meta de recaudo de vigencias anteriores e intereses de mora, incrementando en 1.524% para \$40.600.000 y 80% para \$18.000.000, respectivamente. En el mes de diciembre y de acuerdo con el comportamiento del recaudo en los últimos meses se realiza un nuevo ajuste de \$298.610.341 en la meta de recaudo y de \$4.221.365 en intereses de mora, quedando una meta de recaudo de \$4.448.610.341 para vigencia actual, \$43.100.000 para vigencias anteriores y \$32.221.365 para intereses de mora.

**TABLA 3. EVOLUCIÓN DE PRECIO PROMEDIO ANUAL PAGADO POR KILO (\$) VARIEDAD DIACOL CAPIRO**

AÑO	PRECIO PROMEDIO ANUAL PAGADO POR KILO (\$)	% VARIACIÓN
2012	\$ 325	-
2013	\$ 475	46,2%
2014	\$ 635	33,7%
2015	\$ 721	13,5%
2016	\$ 902	25,1%
2017	\$ 564	<b>-37,5%</b>
2018	\$ 678	20,2%

Fuente: Sistemas de Información y Estudios Económicos del FNFP

Es importante resaltar, que desde el segundo semestre del año 2017 aumentaron las precipitaciones, hecho que se vio reflejado en la mayor disponibilidad de agua para el cultivo. De la mano con este argumento, se destaca el rompimiento de la estacionalidad y el suavizamiento de los picos en la cosecha, la poca disponibilidad de semilla y las

<sup>7</sup> Se referencia el precio de esta variedad, debido a que es la que mayor impacto tiene en el recaudo, por ser su comercialización directamente con la industria.



constantes lluvias que han dificultado la recolección, cuestiones que claramente, han conducido a tener mayores precios en el año 2018.

Como se observa en la TABLA 4, el recaudo de la cuota de fomento del Fondo Nacional de Fomento de la Papa en el año 2018 presentó una ejecución del 100,4%, con una superación de \$18.996.092 frente al presupuesto ajustado para el año 2018.

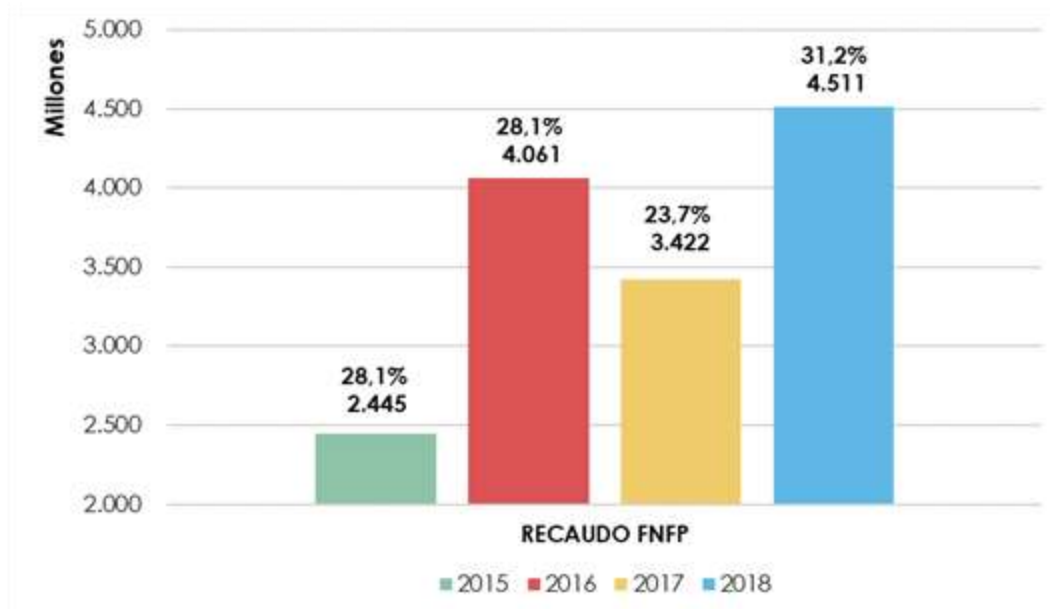
**TABLA 4. INGRESOS MENSUAL CUOTA DE FOMENTO AÑO 2018**

META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	DIFERENCIA	% CUMPLIMIENTO
\$4.491.710.341	\$4.510.706.433	\$18.996.092	100,4%

Fuente: Recaudo FNFP año 2018

Desde el año 2015 al 2018 ha obtenido ingresos por \$14.438.450.318 por el recaudo de la cuota de fomento, el año 2018 participa con el 31,2%, 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 DEL FNFP**



Fuente: Recaudo FNFP

En comparación con el año 2017, el recaudo de la cuota de fomento presenta un incremento de \$1.089.069.609, para un 31,8% que frente al incremento en el precio del



20,2%<sup>8</sup>, se demuestra que se ha realizado un trabajo importante, tanto en la búsqueda de nuevos recaudadores, la identificación de valores adeudados, el seguimiento a recaudadores renuentes, así como en mantener el recaudo de los que ya cumplen con su obligación.

**TABLA 5. COMPARATIVO DE RECAUDO AÑO 2017 VS 2018**

RECAUDO 2017	RECAUDO 2018	DIFERENCIA	% VARIACIÓN
\$3.421.636.824	\$4.510.706.433	\$1.089.069.609	31,8%

Fuente: Recaudo FNFP

## 5.2. GESTIÓN REALIZADA

### 5.2.1. COMPORTAMIENTO DEL RECAUDO POR ZONAS

En el año 2018 para realizar mayor control del recaudo y aumentar el cubrimiento a nivel nacional se realiza una nueva distribución de las zonas de recaudo, definiendo 6 zonas con un Asesor para cada una de ellas, así:

**Zona 1.** Corresponde a la ciudad de Bogotá, excluyendo las localidades de Bosa, Kennedy y Ciudad Bolívar.

**Zona 2.** Corresponde a los departamentos de Boyacá, Santander, Norte de Santander Casanare y Vichada.

**Zona 3.** Corresponde a los departamentos de Valle del Cauca, Cauca, Nariño, Putumayo y Huila.

**Zona 4.** Corresponde a los departamentos de Antioquia, Córdoba y Eje Cafetero (Caldas, Quindío y Risaralda).

**Zona 5.** Corresponde a la zona sur de Bogotá, localidades de Bosa, Kennedy y Ciudad Bolívar y los departamentos de Cundinamarca, Tolima y Meta.

**Zona 6.** Corresponde a la Costa Atlántica y las plazas de mercado de Bogotá, incluyendo la Corporación de Abastos de Bogotá - CORABASTOS.

<sup>8</sup> Incremento de la variedad Diacol Capiro en el del año 2018 frente al año 2017.



La zona 6, se creó debido a la necesidad de contar con un asesor que atienda la región de la Costa Atlántica, para brindar mayor presencia en esta zona en las temporadas altas y que permita de igual forma un mayor seguimiento a las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá. Se lograron obtener 27 nuevos recaudadores con un aporte de \$15.794.220 en el recaudo.

La zona 1 es la de mayor participación con un 28,5%, 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 65,6% del recaudo de esta zona. Por lo contrario, la zona 2 representa el menor recaudo con un 4,2%, se debe resaltar la importancia del departamento de Boyacá, como el segundo mayor productor de papa a nivel nacional, así mismo es la zona que presenta la mayor variación frente al recaudo del año 2017, con el 80,7% y una diferencia de \$84.216.847.

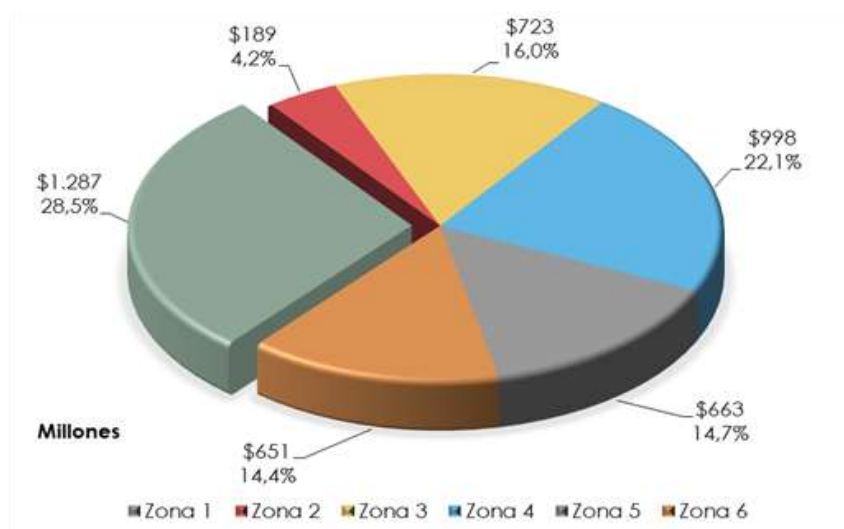
La zona 4 es la segunda, con una participación de 22,1% y un recaudo de \$997.643.540, esta zona tiene como principal canal de recaudo, grandes superficies y Almacenes Éxito S.A. que pertenece a esta clasificación, presentó una variación en el recaudo de 50,6%, que representa \$135.627.812, que con el seguimiento realizado se ha logrado que practiquen la retención de la cuota a todas las compras de papa nacional que no presenten la debida certificación de pago emitida por el Fondo, disminuyendo de esta forma la elusión en el pago de la cuota.

Por lo contrario, la zona 2 representa el menor recaudo con un 4,2%, se debe resaltar la importancia del departamento de Boyacá, como el segundo mayor productor de papa a nivel nacional, así mismo es la zona que presenta la mayor variación frente al recaudo del año 2017, con el 80,7% y una diferencia de \$84.216.847.





**GRÁFICO 2. PARTICIPACIÓN DEL RECAUDO POR ZONAS AÑO 2018**



Fuente: Recaudo FNFP año 2018

Al evaluar el recaudo por zonas en el año 2018 frente al año 2017, se observa que las zonas de mayor diferencia son la zona 4 y la zona 1, la zona 4 por el canal de grandes superficies que juega un papel significativo y participa con el 40,7% del recaudo de la zona, esta diferencia refleja el comportamiento del recaudador Almacenes Éxito S.A., explicado anteriormente. Respecto a la zona 1, se refleja en parte el efecto precio, por la importancia de la industria en esta zona y por otra parte al seguimiento a canales como fruver y HORECA, permitiendo el ingreso de nuevos recaudadores y al incremento de recaudadores existentes.

**TABLA 6. COMPARATIVO DE RECAUDO POR ZONAS AÑO 2017 VS 2018**

CANAL	RECAUDO 2017	RECAUDO 2018	DIFERENCIA	% VARIACIÓN
Zona 4	\$720.357.080	\$997.643.540	\$277.286.460	38,5%
Zona 1	\$1.027.119.370	\$1.287.464.551	\$260.345.182	25,3%
Zona 5	\$494.707.383	\$663.464.941	\$168.757.558	34,1%
Zona 6	\$496.296.878	\$650.553.648	\$154.256.770	31,1%
Zona 3	\$578.794.562	\$723.001.354	\$144.206.792	24,9%
Zona 2	\$104.361.551	\$188.578.398	\$84.216.847	80,7%
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.421.636.824</b>	<b>\$4.510.706.433</b>	<b>\$1.089.069.609</b>	<b>31,8%</b>

Fuente: Recaudo FNFP



En la TABLA 7 se puede observar las diferencias de los principales 20 recaudadores del año 2018 que, frente al año 2017, presentaron un incremento del 41,2% que corresponde a \$754.723.155 y representa el 69,3% de la diferencia total del recaudo del año 2018 frente al año 2017.

**TABLA 7. COMPARATIVO DE RECAUDO PRINCIPALES RECAUDADORES 2017 VS 2018**

RECAUDADOR	DEPARTAMENTO	CANAL	AÑO 2017	AÑO 2018	DIFERENCIA	% VARIACIÓN
Almacenes Éxito S.A.	Antioquia	Grandes Superficies	\$268.100.700	\$403.728.512	\$135.627.812	50,6%
Olímpica S.A.	Atlántico	Grandes Superficies	\$342.739.468	\$451.413.425	\$108.673.957	31,7%
Congelagro S.A.	Bogotá	Industria	\$222.975.738	\$328.768.856	\$105.793.118	47,4%
Compañía Internacional de Alimentos S.A.S.	Valle	Industria	\$143.809.490	\$189.093.406	\$45.283.916	31,5%
Sánchez y Calderón Ltda.	C/marca	Plazas De Mercado	\$32.517.338	\$76.107.695	\$43.590.357	134,1%
Mercadería S.A.S.	C/marca	Fruver	\$0	\$40.426.788	\$40.426.788	100,0%
Comercializadora Nacional S.A.S.	Bogotá	Industria	\$467.764.780	\$506.026.261	\$38.261.481	8,2%
Jerónimo Martens Colombia S.A.S.	Bogotá	Fruver	\$17.104.419	\$44.816.590	\$27.712.171	162,0%
Comestibles Rico	Bogotá/Sur	Industria	\$132.097.516	\$159.066.452	\$26.968.936	20,4%
Agropecuaria de Papa S.A.S.	Antioquia	Plazas De Mercado	\$64.871.035	\$89.903.648	\$25.032.613	38,6%
Productos Alimenticios Frozen Express S.A.S.	C/marca	Industria	\$68.967.404	\$89.733.751	\$20.766.347	30,1%
Mateus Cely Paola Andrea	Quindío	Fruver	\$1.801.652	\$21.022.857	\$19.221.205	1066,9%
Hortalizas Boyacá S.A.S.	Boyacá	Plazas De Mercado	\$815.000	\$19.758.247	\$18.943.247	2324,3%
Invercomer del Caribe S.A.S.	Bolívar	Grandes Superficies	\$22.906.343	\$41.841.419	\$18.935.076	82,7%
AOL Colombia S.A.S	Boyacá	Plazas De Mercado	\$12.454.204	\$26.479.450	\$14.025.246	112,6%
Jaiverde Proveedora de Legumbres y Frutas	Antioquia	Plazas De Mercado	\$0	\$13.974.159	\$13.974.159	100,0%



RECAUDADOR	DEPARTAMENTO	CANAL	AÑO 2017	AÑO 2018	DIFERENCIA	% VARIACIÓN
De La Hacienda Puertas De Granada Ltda.	Bogotá	Fruver	\$16.157.172	\$29.879.040	\$13.721.868	84,9%
Inversiones Ríos Gallego S.A.S	Antioquia	Fruver	\$17.106.853	\$30.277.327	\$13.170.474	77,0%
Asohofrucol	Bogotá	Fruver	\$0	\$12.335.146	\$12.335.146	100,0%
Campo Vivo Negocio Social S.A.S	Bogotá/Sur	Plazas De Mercado	\$0	\$12.259.238	\$12.259.238	100,0%
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.832.189.112</b>	<b>\$2.586.912.267</b>	<b>\$754.723.155</b>	<b>41,2%</b>

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 plazas de mercado y centrales mayoristas presenta una participación del 49%, en el cual se concentra la mayor parte.

**TABLA 8. DISTRIBUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE PAPA A NIVEL NACIONAL POR CANAL AÑO 2018**

CANALES	% PARTICIPACIÓN
PLAZAS DE MERCADO Y CENTRAL MAYORISTA	49%
GRANDES SUPERFICIES, FRUVERS Y HORECA	42%
INDUSTRIA	8%
SEMILLA	1%

Fuente: Consejo nacional de la papa año 2018

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

**INDUSTRIA:** En este canal se agrupan todas las empresas que compran papa para procesarla; en Colombia las industrias transforman la papa en fresco a congelada,



gránulos, 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 8% de la producción anual de papa en Colombia, para el año 2018 el recaudo de este canal participó con el 31,8%.

**GRANDES SUPERFICIES y FRUVERS:** 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 comercializar su producto con valor agregado, principalmente empaque y lavado.

Para el año 2018 el recaudo de este canal participó con el 23,2%.

- En los FRUVERS, 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 2018 el recaudo de este canal participó con el 25,4%.

**PLAZAS DE MERCADO Y CENTRALES MAYORISTAS:** Son grandes centros de acopio, en los cuales se comercializa la papa principalmente en bultos y se distribuye tanto a los establecimientos de comercio de la ciudad donde están ubicados, como a los de la región donde tienen mayor influencia, se caracterizan por la informalidad y por lo general la papa se comercializa sin obtener una agregación de valor. Para el año 2018 el recaudo de este canal participó con el 13,0%.

**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. Para el año 2018 el recaudo de este canal participó con el 5,8%.

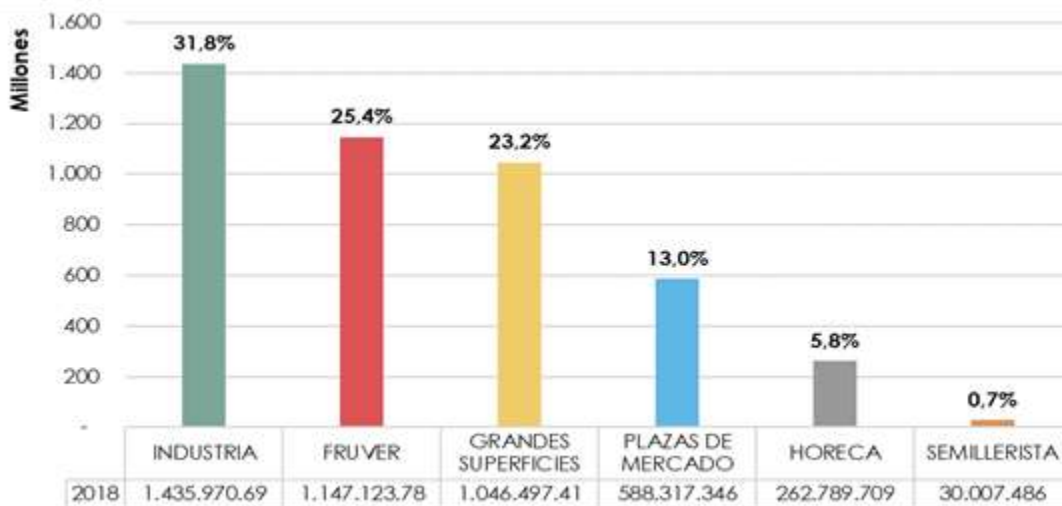
**SEMILLAS:** En este canal se agrupan todas las personas jurídicas y/o naturales que se dedican a la producción y comercialización de semilla de papa, se caracterizan principalmente por estar debidamente constituidos y es el canal por el cual el FNFP obtiene menores ingresos ya que según datos del Consejo 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 0,7% sobre el recaudo total.





En el año 2018 el recaudo por canales de comercialización se comportó de la siguiente forma:

**GRÁFICO 3. RECAUDO POR CANAL DE COMERCIALIZACIÓN AÑO 2018**



Fuente: Recaudo FNFP año 2018

El canal con mayor participación es industria con el 31,8%, el canal fruver participa con el 25,4%, presentando una variación del 69,8% frente al año 2017, debido al ingreso de nuevos recaudadores como Mercadería S.A.S., al incremento en el recaudo de Jerónimo Martins (Supermercados Ara), por la apertura de diferentes tiendas a nivel nacional y al seguimiento a recaudadores como De La Hacienda Puertas De Granada Ltda., logrando que los pagos se realicen de forma puntual y por todas las compras realizadas. El canal semillerista, aunque es el de menor participación en el año 2018, presenta un gran incremento, debido al pago de los recaudadores Autoridades Indígenas de Colombia por la Pachamama – AICO, Comitato Internazionale per lo Sviluppo del Popoli – CISP y Fundación Preservar, a los cuales se les realizó seguimiento por la compra de semilla de papa. El canal plazas de mercado viene aumentando su participación y cuentan con un gran potencial para seguir incrementando el número de recaudadores en cada zona, ya que existe un gran número de establecimientos y comercializadores, que deben cumplir con lo estipulado en la ley.

**TABLA 9. COMPARATIVO DE RECAUDO POR CANAL 2017 VS 2018**

CANAL	RECAUDO 2017	RECAUDO 2018	DIFERENCIA	% VARIACIÓN
Fruver	\$845.648.677	\$1.147.123.788	\$301.475.111	35,7%
Grandes Superficies	\$773.044.090	\$1.046.497.410	\$273.453.320	35,4%
Industria	\$1.171.839.253	\$1.435.970.694	\$264.131.441	22,5%

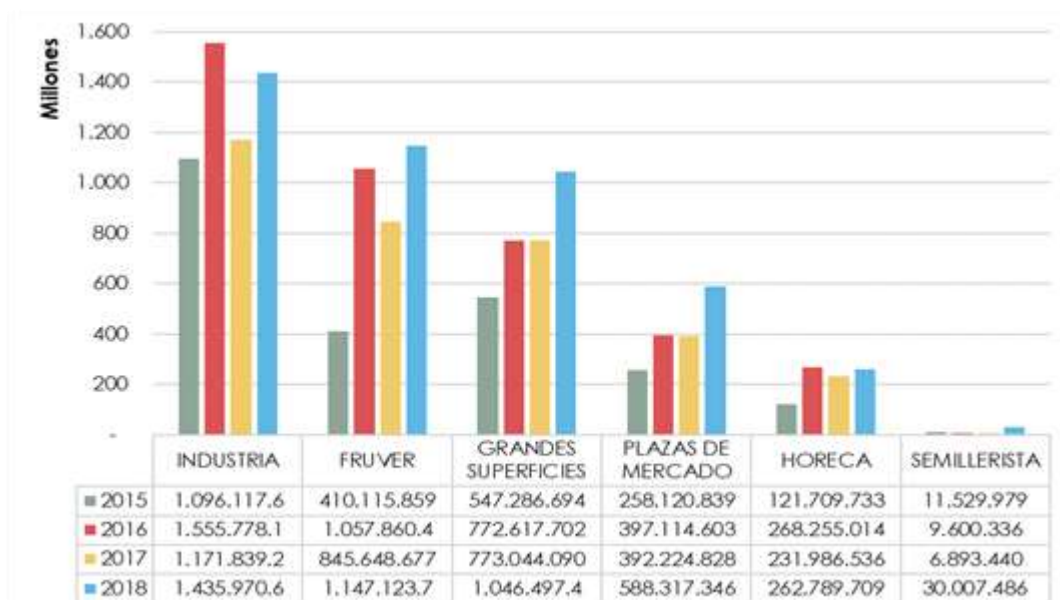


CANAL	RECAUDO 2017	RECAUDO 2018	DIFERENCIA	% VARIACIÓN
Plazas de Mercado	\$392.224.828	\$588.317.346	\$196.092.518	50,0%
Horeca	\$231.986.536	\$262.789.709	\$30.803.173	13,3%
Semillerista	\$6.893.440	\$30.007.486	\$23.114.046	335,3%
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.421.636.824</b>	<b>\$4.510.706.433</b>	<b>\$1.089.069.609</b>	<b>31,8%</b>

Fuente: Recaudo FNFP

En el comparativo del recaudo por canal del año 2018 frente al año 2017, se puede observar que el canal fruver presenta el mayor incremento con una diferencia de \$301.475.111, por lo explicado anteriormente. El canal HORECA, que es un canal potencial para el crecimiento en el recaudo de la cuota de fomento, presentó un incremento del 13.3%, el seguimiento a cadenas de restaurantes y a empresas de catering han permitido ingresar nuevos recaudadores y también a que estas soliciten a sus proveedores la certificación del pago de la cuota de fomento, logrando el ingreso de recaudadores por el canal plazas de mercado.

**GRÁFICO 4. RECAUDO POR CANAL FNFP**



Fuente: Recaudo FNFP

En cuanto al recaudo obtenido desde el año 2015, el canal de mayor participación es industria con 36,4%, siendo el 2016 el año que mayor recaudo ha tenido este canal con \$1.555.778.144 y presentando una disminución del 7,7% frente al 2018. Los canales fruver y plazas de mercado son los canales que permiten continuar con el ingreso de nuevos recaudadores.



## 5.3. ESTRATEGIAS DE RECAUDO

### 5.3.1. SEGUIMIENTO A RECAUDADORES

Para establecer las estrategias se hace una clasificación de los recaudadores de acuerdo con si están o no cumpliendo con lo establecido por la ley:

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

**Recaudador Inactivo:** Personas naturales, jurídicas o las sociedades de hecho que no han realizado el pago de la cuota de fomento por tres meses, compran papa a un recaudador que presenta certificado de pago. A esta clase de recaudador se le debe realizar seguimiento para lograr el oportuno pago 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 compran papa de producción nacional de cualquier variedad, que, aunque tienen la obligación de recaudar la cuota de fomento a la papa, se rehúsan a cumplir con la ley.

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 \$3.781.077 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 servicios de catering, fruver, cadenas de restaurantes y hoteles. Con este seguimiento se logró identificar la empresa Compass Group Services Colombia S.A quien adeuda un valor de cuota de fomento de \$33.077.172 y se encuentra en proceso de cobro de recaudadores renuentes.
- ❖ **Zona 2:** Se planteó la necesidad de incrementar el número de recaudadores activos los cuales para el año 2017 ascendían a 114 y para el año 2018 aumentó a 140, representando un incremento del 22,8%. De igual forma el seguimiento a recaudadores inactivos en zona, permitió que recaudadores como Hortalizas Boyacá S.A.S. incrementará su recaudo en 2.324,3%, pasando de cancelar en el año 2017 \$815.000 a \$19.758.247 en el 2018 y Alimentos Soracá S.A., quien incremento su recaudo en 33,4% frente al obtenido en el año 2017.
- ❖ **Zona 3:** Se priorizó en hacer seguimiento a los recaudadores potenciales, logrando 22 recaudadores nuevos activos del canal fruver en el pago de la cuota de fomento y 13 recaudadores del canal HORECA, que han realizado pagos por \$1.043.192. En el departamento de Nariño y con el acompañamiento de la oficina central se logró el pago de la asociación Autoridades Indígenas de Colombia por la Pachamama - AICO, \$8.799.200 de cuota de fomento y \$5.466.800 de intereses moratorios para un total de \$14.266.000 y de la Fundación Preservar Colombia con un pago de \$8.482.150 de cuota de fomento y se encuentra en proceso de cobro los intereses de mora. En el año 2017 se contaba con 156 recaudadores y para el año 2018 con 175 recaudadores para un crecimiento del 12,2%.
- ❖ **Zona 4:** La cobertura geográfica se centró en un mantenimiento a recaudadores activos tanto en el departamento de Antioquia como en el Eje Cafetero, realizando seguimiento a las retenciones realizadas de aquellos que representan el mayor porcentaje de recaudo. De igual forma se realizó seguimiento a recaudadores potenciales, logrando el ingreso de 23 nuevos recaudadores, los cuales en el año 2018 realizaron aportes por \$28.019.559.





- ❖ **Zona 5:** Se priorizó en el aumento de nuevos recaudadores, los cuales se caracterizan por ser fruver, plazas de mercado y HORECA esta zona pasó de tener 203 recaudadores en el año 2017 a 241 en el año 2018, con un incremento del 18,7%, resaltando el ingreso del recaudador Mercadería S.A.S., quien realizó pago de vigencias anteriores por \$15.755.516, por vigencia actual \$24.671.272 y un recaudo de intereses de \$6.902.331. De igual forma se realizó seguimiento a recaudadores con valores adeudados, como Supermercados Cundinamarca S.A., quien adeuda un valor de cuota de fomento de \$33.005.114 y se encuentra en proceso de cobro de recaudadores renuentes.
- ❖ **Zona 6:** En esta zona se realizaron envíos de primeros comunicados y visitas a recaudadores potenciales, así como el seguimiento a recaudadores tanto activos como inactivos de la Corporación de Abastos de Bogotá – CORABASTOS, logrando el ingreso de 27 recaudadores activos que realizaron aportes de cuota de fomento por \$15.794.220, para un incremento del 38,6% frente al año 2018.

### 5.3.3. IDENTIFICACIÓN NUEVOS RECAUDADORES

Dentro de las estrategias de recaudo se ha planteado la necesidad de identificar nuevos agentes que participan 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 2018 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 44,0% del total de nuevos recaudadores mientras que el canal de HORECA un 29,2%.

### 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 2017 se contaba con 781 recaudadores, en el año 2018 se ingresan 216 nuevos, para un crecimiento del 27,7%.



## 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 la estrategia de identificación de nuevos recaudadores, 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. PROCESOS DE SEGUIMIENTO A RECAUDADORES RENUENTES Y COBRO EJECUTIVO

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

- **Primer Comunicado:** Oficio emitido por el área de recaudo del FNFP, en el cual se informa al recaudador renuente de 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.
- **Pagos pendientes:** 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.

#### **5.4.2.1. PRIMEROS COMUNICADOS**

En el año 2018, fueron efectivamente entregados 236 primeros comunicados, de los cuales 94 ya recaudan la cuota de fomento. El valor recaudado por estos es de \$42.667.325.

#### **5.4.2.2. PAGOS PENDIENTES**

En el año 2018, para dar continuidad al proceso de recaudadores renuentes se enviaron 6 comunicados con valores adeudados identificados, para lograr el pago correspondiente o dar continuidad al proceso ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, para realizar el cobro jurídico, con este comunicado se lograron los pagos efectivos de:

- Autoridades Indígenas de Colombia por la Pachamama - AICO, realizando un pago de \$8.799.200 de cuota de fomento y \$5.466.800 de intereses moratorios, para un total de \$14.266.000.
- Fundación Preservar Colombia, realizando un pago de \$8.482.150 de cuota de fomento, los intereses de mora por el valor de \$4.882.123 siguen pendientes de pago y el proceso de cobro continua, trasladando el caso a la Auditoría Interna del Fondo.
- Mercadería S.A.S., realizando un pago de vigencias anteriores por \$15.755.516, vigencia actual de \$24.671.272 y de intereses de mora por \$6.902.331.
- Jose Félix Campaña Coral / Comestibles Colombia, realizando un pago de \$8.135.690 de cuota de fomento y de intereses de mora por \$1.627.338.
- C.I Cítricos Agrosierra LTDA, realizando un pago de \$1.418.456 de cuota de fomento.



- Compass Group Services Colombia S.A, quien adeuda un valor de cuota de fomento de \$33.077.172 y se encuentra en proceso de cobro de recaudadores renuentes.
- Supermercados Cundinamarca S.A., quien adeuda un valor de cuota de fomento de \$33.005.114 y de igual forma se encuentra en proceso de cobro de recaudadores renuentes.

### 5.4.3. INTERESES DE MORA

En el año 2018 se recaudaron \$32.770.923 de intereses de mora, por pagos extemporáneos de la cuota de fomento, como a la identificación de valores adeudados.

**TABLA 10. INTERESES DE MORA CANCELADOS AÑO 2018**

Intereses adeudados	\$40.538.630
Intereses cancelados año 2018	\$32.768.923
<b>Intereses pendientes por cancelar</b>	<b>\$7.769.707</b>
% Ejecución	80,8%

En el año 2018 se realizó un seguimiento importante al cobro de los intereses de mora, así como a la identificación en el pago de estos, se ingresaron 192 registros por pago de intereses, resaltando los pagos realizados por los recaudadores: Autoridades Indígenas de Colombia por la Pachamama – AICO, Comercializadora Nacional S.A.S., Alimentos Soracá S.A., Mercadería S.A.S., Jose Félix Campaña Coral y Hortalizas Boyacá S.A.S., quienes aportaron el 67,8% del total de los intereses recaudados en el año 2018.

La ejecución del recaudo de los intereses es del 80,8%, frente a \$40.538.630 adeudados por este concepto, para un valor pendiente de recaudar de \$7.769.707.

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 por los asesores de recaudo y para evitar el pago de intereses, se publica en la página de web del administrador del FNFP las fechas límites de pago.





## 6. INFORME PRESUPUESTAL Y FINANCIERO

El órgano máximo de dirección del Fondo Nacional de Fomento de la Papa aprobó el presupuesto inicial de Ingresos y Gastos para la vigencia 2018 según Acuerdo No. 24 del 12 de diciembre de 2017, con ingresos de \$5.542.928.794 y gastos de \$4.679.600.294 de los cuales \$162.481.476 es decir el 3,47% se encuentran asignados a funcionamiento, \$379.440.000 corresponde a la contraprestación es decir el 8,11% y \$4.137.678.818 a inversión es decir el 88,42%. Este presupuesto presentó nueve modificaciones durante la vigencia 2018, según Acuerdos No. 03, 04, 05, 09, 12, 13, 19, 22 y 23 de 2018, para un presupuesto final de \$6.523.547.481 para ingresos y \$4.707.598.890 para inversión y funcionamiento.

A continuación, se presenta la tabla No. 1 donde se relaciona el presupuesto de ingresos y egresos con corte 31 de diciembre de 2018 de manera comparativa con la vigencia inmediatamente anterior.

**TABLA 1. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS**

Cifras en pesos

CUENTAS	VIGENCIA 2017			VIGENCIA 2018			%VARIACIÓN PRESUPUESTO EJECUTADO
	PRESUPUESTO SOLICITADO	EJECUCIÓN DEFINITIVA	% EJECUCIÓN	PRESUPUESTO SOLICITADO	EJECUCIÓN DEFINITIVA	% EJECUCIÓN	
<b>INGRESOS</b>	<b>6.358.038.040</b>	<b>6.480.854.811</b>	<b>101,93%</b>	<b>6.523.547.481</b>	<b>6.541.643.680</b>	<b>100,28%</b>	<b>0,94%</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>6.188.265.560</b>	<b>6.302.721.739</b>	<b>101,85%</b>	<b>6.432.201.144</b>	<b>6.451.744.794</b>	<b>100,30%</b>	<b>2,36%</b>
<i>Cuota de fomento</i>	<i>3.303.006.920</i>	<i>3.420.375.028</i>	<i>103,55%</i>	<i>4.448.610.341</i>	<i>4.461.603.118</i>	<i>100,29%</i>	<i>30,44%</i>
<i>Cuota de fomento vig anteriores</i>	<i>2.000.000</i>	<i>1.261.794</i>	<i>63,09%</i>	<i>43.100.000</i>	<i>49.103.314</i>	<i>113,93%</i>	<i>3.791,55%</i>
<i>Intereses por mora</i>	<i>5.805.000</i>	<i>3.631.277</i>	<i>62,55%</i>	<i>32.221.365</i>	<i>32.768.923</i>	<i>101,70%</i>	<i>802,41%</i>
<i>Superávit vigencias anteriores</i>	<i>2.877.453.640</i>	<i>2.877.453.640</i>	<i>100,00%</i>	<i>1.908.269.438</i>	<i>1.908.269.439</i>	<i>100,00%</i>	<i>-33,68%</i>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>169.772.480</b>	<b>178.133.072</b>	<b>104,92%</b>	<b>91.346.337</b>	<b>89.898.886</b>	<b>98,42%</b>	<b>-49,53%</b>
<i>Otros Ingresos</i>	<i>-</i>	<i>5.337.290</i>	<i>100,00%</i>	<i>1.100.000</i>	<i>421.502</i>	<i>38,32%</i>	<i>-92,10%</i>
<i>Ingresos Financieros</i>	<i>169.772.480</i>	<i>172.795.782</i>	<i>101,78%</i>	<i>90.246.337</i>	<i>89.477.384</i>	<i>99,15%</i>	<i>-48,22%</i>
<b>EGRESOS</b>	<b>4.718.782.073</b>	<b>4.572.585.373</b>	<b>96,90%</b>	<b>4.707.598.890</b>	<b>4.651.674.626</b>	<b>98,81%</b>	<b>1,73%</b>
<b>FUNCIONAMIENTO</b>	<b>153.559.398</b>	<b>148.233.851</b>	<b>96,53%</b>	<b>177.647.992</b>	<b>174.274.571</b>	<b>98,10%</b>	<b>17,57%</b>
<b>CUOTA DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>330.500.693</b>	<b>342.163.683</b>	<b>103,53%</b>	<b>449.171.034</b>	<b>451.070.643</b>	<b>100,42%</b>	<b>31,83%</b>
<b>INVERSIÓN</b>	<b>4.234.721.982</b>	<b>4.082.187.839</b>	<b>96,40%</b>	<b>4.080.779.864</b>	<b>4.026.329.412</b>	<b>98,67%</b>	<b>-1,37%</b>
<b>RESERVA PROJ. INV. Y GT.</b>	<b>1.639.255.968</b>	<b>1.908.269.438</b>	<b>116,41%</b>	<b>1.815.948.592</b>	<b>1.889.969.054</b>	<b>104,08%</b>	<b>-0,96%</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>6.358.038.040</b>	<b>6.480.854.811</b>	<b>101,93%</b>	<b>6.523.547.482</b>	<b>6.541.643.680</b>	<b>100,28%</b>	<b>0,94%</b>

Fuente: Acuerdos No. 24 de 2017 y números 03, 04, 05, 09, 12, 13, 19, 22 y 23 de 2018



Se presenta una mayor ejecución en los ingresos debido a:

- Teniendo en cuenta la variable del precio, la cual influye directamente en el recaudo de la cuota de fomento y al analizar su comportamiento positivo durante la vigencia 2018, se realizaron diferentes ajustes a la proyección de la meta anual de recaudo inicialmente planteada. Tomando como base un nuevo precio promedio estimado por tonelada de \$700.000, presentando un incremento del 20,7% al inicial, se cierra el recaudo de la cuota de fomento con \$4.461.603.118 cifra superior a la última proyección.
- Los ingresos por concepto de recaudo de vigencias anteriores e intereses de mora presentan una mayor ejecución, teniendo en cuenta la identificación de recaudadores evasores de la cuota, estados de cuenta generados a estos y estados de cuenta generados por pagos extemporáneos.



## 7. INFORME DE TESORERÍA

### SALDOS BANCOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018

Cuentas Bancarias e Inversión		
ENTIDAD	SALDO	PARTICIPACIÓN
DAVIVIENDA CUENTA DE AHORROS	\$ 72.751.549	3,75%
BOGOTÁ CUENTA DE AHORROS	\$ 365.555.085	18,86%
CDT A 90 DÍAS DAVIVIENDA	\$ 1.500.000.000	77,39%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.938.306.634</b>	<b>100,0%</b>

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	TARIFA RENDIMIENTOS FINANCIEROS
DAVIVIENDA CUENTA DE AHORROS	0,01 % EA
BOGOTÁ CUENTA DE AHORROS	4,90% EA
CDT A 90 DÍAS DAVIVIENDA	4,80% EA *

\* El 21 de diciembre se constituyó el CDT por valor de \$1.500.000.000.



## 8. INFORME PROGRAMAS Y PROYECTOS

PRESUPUESTO INVERSIÓN				
PROGRAMA	PROYECTO	INICIAL	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>RECAUDO</b>	Sistematización, control a la evasión y elusión de la cuota de fomento de la papa	\$ 579.109.474	\$ 557.009.893	96,18%
<b>ESTUDIOS ECONÓMICOS</b>	Sistemas de información	\$ 55.173.442	\$ 47.603.293	86,28%
	2do seminario internacional en papa	\$ 191.153.237	\$ 191.153.237	100,00%
<b>INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA</b>	Implementación de tecnologías mediante extensión rural en el sector productivo papa (ITPA)	\$ 1.376.196.955	\$ 1.362.344.769	98,99%
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	Campaña de promoción y consumo de papa	\$ 1.879.146.756	\$ 1.868.218.246	99,42%
<b>TOTAL PROYECTOS VIGENCIA 2018</b>		<b>\$ 4.080.779.864</b>	<b>\$ 4.026.329.412</b>	<b>98,67%</b>





## 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 recaudo de la Cuota de Fomento de la papa, basados en los instrumentos que brinda la normatividad vigente y enfocados en la participación de todos los agentes de la cadena del sistema productivo de la papa.

**Meta:** Recaudar en el año 2018 \$4.491.710.341.

**TABLA 1. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO META DE RECAUDO AÑO 2018**

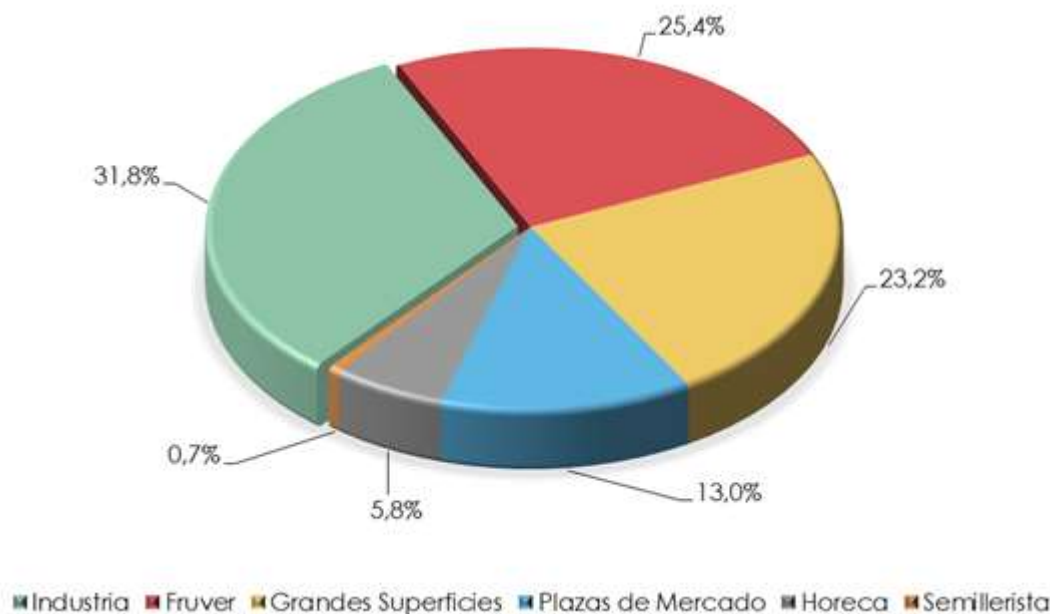
META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	DIFERENCIA	% CUMPLIMIENTO
\$4.491.710.341	\$4.510.706.433	\$18.996.092	100,4%

Fuente: Recaudo FNFP año 2018



Durante el año 2018 se recaudó la suma de \$4.491.710.341, lo cual equivale a un cumplimiento de la meta de 100,4%.

**GRÁFICO 1. PARTICIPACIÓN DEL RECAUDO POR CANAL AÑO 2018**



Fuente: Recaudo FNFP año 2018

En el año 2018, el canal de mayor participación es industria con el 31,8% del total del recaudo, comparado con el mismo periodo del año anterior, éste incrementó en un 22,5%.

- **Visitas a recaudadores**

**Objetivo específico 2:** Incrementar las visitas a los recaudadores activos, inactivos y potenciales para el control, vigilancia, asesoría y validación del cumplimiento del procedimiento establecido para el recaudo de la cuota de fomento, que permita mantener información actualizada y confiable.

**Meta:** Realizar 3.621 visitas a recaudadores durante el año 2018.

**TABLA 2. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE VISITAS AÑO 2018**

META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	DIFERENCIA	% CUMPLIMIENTO
3.621	3.512	-109	97,0%

Fuente: Recaudo FNFP año 2018

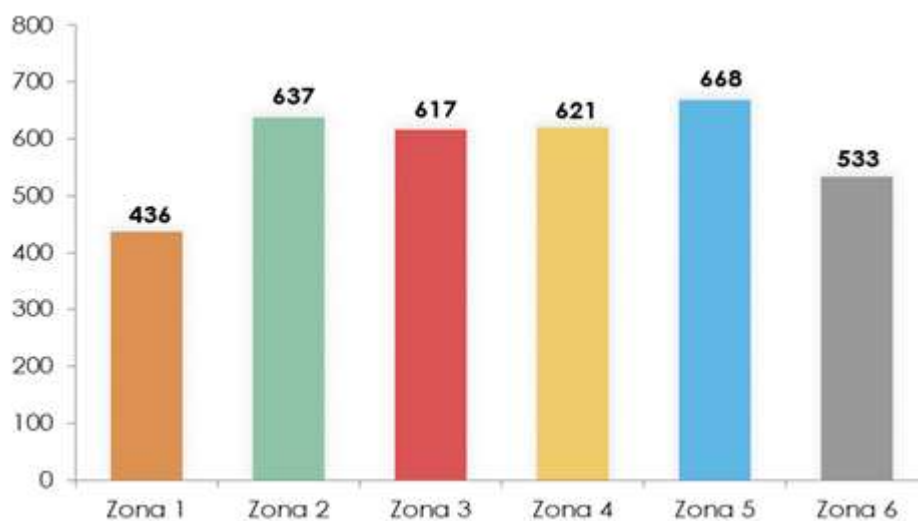


En el año 2018 se realizaron 3.512 visitas, con lo cual se alcanzó un cumplimiento del 97,0%, realizando en promedio 50 visitas mensuales por asesor, la meta establecida no se logró cumplir, debido a la incapacidad medica que presentaron 2 asesores de recaudo, de dos y un mes respectivamente.

Las visitas se enfocaron en la búsqueda de nuevos recaudadores que permitan disminuir la evasión en el pago de la cuota de fomento, así como el seguimiento a recaudadores activos y renuentes.

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 2. VISITAS REALIZADAS A RECAUDADORES AÑO 2018**



Fuente: Recaudo FAFP acumulado de visitas año 2018

- **Gestión a nuevos recaudadores**

**Objetivo específico 3:** Identificar y registrar nuevos compradores de papa, sujetos al recaudo de la cuota parafiscal y hacer acompañamiento permanente a las personas, entidades o empresas obligadas a recaudar la Cuota de Fomento a la papa.

**Meta:** Crecimiento de la base de datos en 255 nuevos recaudadores para el año 2018.



**TABLA 3. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO META DE NUEVOS RECAUDADORES AÑO 2018**

META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	DIFERENCIA	% CUMPLIMIENTO
255	216	39	84,7%

Fuente: Recaudo FNFP año 2018

En el año 2018 se incrementó la base de datos de recaudadores en 216, que es un número importante, pero no se logró cumplir con la meta establecida, la incapacidad médica de los asesores antes mencionada, fue en parte la razón de no ingresar más recaudadores activos a la base de datos. Dentro de los resultados obtenidos en el canal de fruver se logró un 44,0% del total de nuevos recaudadores mientras que el canal de HORECA un 29,2%. Dentro del seguimiento realizado para el cumplimiento de este indicador, se realizó seguimiento a:

**Servicios de catering:** Se han enviado comunicados y se han realizado visitas a las empresas Gate Gourmet Colombia y Alimentos Doña Conchita, presentando comunicados sobre la obligatoriedad del pago de la cuota de fomento, así como solicitud de información de compras de papa y los proveedores para identificar valores de cuota de fomento adeudados.

**Cadenas no tradicionales de restaurantes:** Restaurantes que utilizan la papa como ingredientes dentro de sus preparaciones (comidas tradicionales y comidas rápidas), se hace seguimiento mediante bases de datos de internet en las diferentes ciudades del país, dentro de ellos:

- Chopinar, presentan certificado de recaudo de su proveedor, por lo cual no realizan pagos, pero se continuará con el seguimiento.
- I love chicharrón, Don Ostia, Yanuba, Grupo Sierra Nevada, 60 Nativas, The Pub, Inverleoka S.A.S, Inversiones Leal y Artesanos restaurante, quienes no cumplen con el aporte parafiscal, por lo cual se iniciará el proceso de cobro a recaudadores renuentes.

**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, Checa Chips y Alimentos y Congelados de Colombia S.A.S., Lonchiseda, Industrias Alimenticias Mister Tru S.A.S, Alimentos Delhi, Papas Oliva, Quybsa y Compañía Pesquera de Mar S.A.S.





**Plazas de Mercado:** 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, Comercializadora Boyacense Verde S.A.S., Frutos de mi Cosecha y Fruvercol S.A.S.

**TABLA 4. PARTICIPACIÓN EN EL RECAUDO DE NUEVOS RECAUDADORES AÑO 2018**

ZONA	RECAUDADORES NUEVOS	% PARTICIPACIÓN	VALOR NUEVOS RECAUDADORES	% PARTICIPACIÓN
Zona 5	71	32,9%	\$ 71.103.092	39,8%
Zona 3	37	17,1%	\$ 34.302.049	19,2%
Zona 4	23	10,7%	\$ 28.019.559	15,7%
Zona 6	27	12,5%	\$ 15.794.220	8,8%
Zona 2	36	16,7%	\$ 14.996.332	8,4%
Zona 1	22	10,2%	\$ 14.562.423	8,1%
<b>TOTAL</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 178.777.675</b>	<b>100%</b>

Fuente: Recaudo FNFP año 2018

El valor cancelado por los nuevos recaudadores representa el 4,0% del valor recaudado en el año 2018.

- **Identificación de consignaciones realizadas**

**Objetivo específico 4:** Implementar un procedimiento de 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 del 98% de consignaciones realizadas por los recaudadores.

**TABLA 5. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO META DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2018**

No. TOTAL DE CONSIGNACIONES REALIZADAS AÑO 2018	No. MÁXIMO DE CONSIGNACIONES SIN IDENTIFICAR (2%)	No. DE CONSIGNACIONES SIN IDENTIFICAR AÑO 2018	% DE CONSIGNACIONES SIN IDENTIFICAR AÑO 2018
8.061	161	51	0,6%

Fuente: Recaudo FNFP año 2018

En el año 2018, se identificaron el 99,4% de las consignaciones realizadas, el 0,6% 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 del año 2018 asciende a \$5.551.904 y de vigencias anteriores por el valor de \$449.516 para un total de \$6.001.420.

## PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN



**Cartilla institucional:** 5.000 cartillas institucionales del FNFP, la cual cuenta con la información sobre el recaudo de la cuota de fomento y los proyectos ejecutados. Está dirigida tanto a productores como a recaudadores y personas de interés para el fondo.



**Archivo recaudo:** 1.000 carpetas institucionales del FNFP, las cuales se entregaron a los recaudadores de la cuota de fomento para organizar el archivo correspondiente al pago de la cuota de fomento, que permita una adecuada revisión por parte de los Asesores de Recaudo, así como de las diferentes entidades de control. Está dirigida a recaudadores de la cuota de fomento.



### Divulgación Central Mayorista de Medellín:

Se realiza divulgación del correcto proceso de recaudo y pago de la cuota de fomento de la papa, mediante un tótem cuatro caras ubicado en la avenida principal y dos jardineras con información de la inversión de los recursos de la cuota de fomento ubicadas en la entrada del bloque 8 y bloque 17 de la Central Mayorista de Medellín, una de las principales centrales de comercialización de productos agrícolas del país. Está dirigida tanto a comercializadores como a recaudadores y personas de interés para el fondo.



**Show Room Hotelero y Gastronómico:** Los días 14 y 15 de agosto se participó en el Show Room Hotelero y Gastronómico organizado por Acodrés-Cotelco y del 22 al 24 de agosto en Agrofuturo, eventos en los cuales se divulgó el proceso de recaudo y la inversión de la cuota de fomento del Fondo Nacional de Fomento de la Papa.

**Reuniones Informativas:** 9 capacitaciones a productores, comercializadores y recaudadores de la cuota de fomento de la papa en La Unión 2 reuniones, San Pedro, CORABASTOS, COOMPROORIENTE, Popayán, Ventaquemada, Tunja y Sogamoso, en las que se brinda información del recaudo e inversión de la cuota de fomento de la papa.

### IMAGEN 1. DIVULGACIÓN DEL FNFP A TRAVÉS DE EXPOAGROFUTURO



Fuente: Recaudo FNFP





## MARCO LÓGICO

MARCO LÓGICO					
RECAUDO					
PROGRAMA:	SISTEMATIZACIÓN, CONTROL A LA EVASIÓN Y ELUSIÓN DE LA CUOTA DE FOMENTO DE LA PAPA				
PROYECTO:	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 la misma.				
OBJETIVO 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 la misma.				
DESCRIPCIÓN GENERAL:					
PRESUPUESTO AÑO 2018	<b>\$557.009.893</b>				
ACCIONES	INDICADOR	TIPO DE INDICADOR	META	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS* *Eventos que pueden llevar al no cumplimiento de la acción
1. Plantear estrategias para el recaudo de la Cuota de Fomento de la papa, basados en los instrumentos que brinda la normalidad vigente y enfocados en la participación de todos los agentes de la cadena del sistema productivo de la papa.					
Ejecución procedimiento de recaudo	$\frac{\text{Valor Recaudado 2018}}{\text{Valor Proyectado Recaudó 2018}} \times 100\%$	Impacto	Recaudar en el año 2018 \$4.448.610.341	Sistema contable e Informes de Gestión	Se requiere contar con los asesores de recaudo y las herramientas necesarias durante los 12 meses del año 2018.
2. Incrementar las visitas a los recaudadores activos, inactivos y potenciales para el control, vigilancia, asesoría y validación del cumplimiento del procedimiento establecido para el recaudo de la cuota de fomento, que permita mantener información actualizada y confiable.					
Realizar visitas a recaudadores activos, inactivos y potenciales	$\frac{\text{Visitas Realizadas Vigencia Actual} = \text{VRVAct}}{\text{Visitas Realizadas Vigencia Anterior} = \text{VRVAnt}} \times 100\%$	Gestión	Realizar 3.621 visitas a recaudadores durante el año 2018	Actas de visita a recaudadores debidamente diligenciada	Se contará con 6 asesores de recaudo durante los 12 meses del 2018 Los asesores diligenciarán un acta cada vez que se visiten a un recaudador.
3. Identificar y registrar nuevos compradores de papa, sujetos al recaudo de la cuota parafiscal y hacer acompañamiento permanente a las personas, entidades o empresas obligadas a recaudar la Cuota de Fomento a la papa.					
Identificación de nuevos recaudadores efectivos en el pago de la cuota de fomento	$\frac{\# \text{Nuevos Recaudadores Efectivos 2018}}{\text{Total de Recaudadores Registrados 2018}} \times 100\%$	Impacto	Incrementar en un 20% el número de recaudadores nuevos para el año 2018.	Sistema contable e Informes de Gestión	Se debe contar con la información necesaria para la identificación de los nuevos recaudadores
4. Implementar un procedimiento de 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.					
Identificación de consignaciones efectuadas por parte de recaudadores	$\frac{\# \text{Consignaciones Identificadas 2018}}{\# \text{Total de Consignaciones 2018}} \times 100\%$	Gestión	Identificar mensualmente el 98% de consignaciones realizadas por los recaudadores	Sistema contable Correos de información mensual de recaudadores	Las consignaciones deben diligenciarse de acuerdo al procedimiento establecido. Se debe contar con extractos bancarios





## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>\$384.515.522</b>	<b>\$374.051.737</b>	<b>97,28%</b>
NÓMINA	\$345.775.072	\$335.311.287	96,97%
DOTACIÓN	\$660.450	\$660.450	100,00%
HONORARIOS	\$38.080.000	\$38.080.000	100,00%
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$194.603.952</b>	<b>\$182.958.156</b>	<b>94,02%</b>
MUEBLES, EQUIPO DE OFICINA Y SW	\$5.800.314	\$5.800.314	100,00%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$27.004.011	\$26.906.174	99,64%
SERVICIOS PÚBLICOS	\$6.974.460	\$6.974.460	100,00%
ARRIENDOS	\$13.209.600	\$13.209.600	100,00%
CORREO	\$4.102.800	\$4.089.777	99,68%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$74.263.407	\$68.458.423	92,18%
CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN	\$32.220.778	\$32.215.890	99,98%
DOTACIONES	\$2.177.400	\$2.177.400	100,00%
COMISIONES Y GASTOS BANCARIOS	\$27.000.000	\$21.777.163	80,66%
TRANSPORTES, FLETES Y ACARREOS	\$1.516.142	\$1.018.815	67,20%
COMPRA BASE DE DATOS	\$335.040	\$330.140	98,54%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$579.119.474</b>	<b>\$557.009.893</b>	<b>96,18%</b>



## 8.2. PROGRAMA: ESTUDIOS ECONÓMICOS

### 8.2.1. PROYECTO: SISTEMAS DE INFORMACIÓN

#### DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto se encamina en fortalecer y consolidar el Sistema de Información de la Papa, mediante la consecución de datos que alimenten series estadísticas (precios, costos de producción, áreas, producción, condiciones climáticas, comercio exterior, entre otras), transformando los datos en información relevante y oportuna, en aras de facilitar la toma de decisiones de los integrantes de la cadena agroalimentaria y productiva de la papa.

#### COBERTURA

Nacional

#### OBJETIVO GENERAL

Acopiar, procesar, y difundir información económica y estadística sobre variables de importancia económica (Precios, áreas, producción, comercio exterior, costos de producción, entre otras), mediante la puesta en operación de un sistema de información que genere información oportuna, veraz y confiable para toma de decisiones en la cadena agroalimentaria de la papa.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

**Objetivo específico 1:** Acopiar, recolectar, 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).



**TABLA 6. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO**

META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% 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 (Importaciones y/o exportaciones).	Diez (10) registros (mensuales) de Comercio Exterior (Importaciones y/o exportaciones).	100%

**Principales resultados:**

- Con todas estas series estadísticas, se han logrado publicaciones que permiten exponer las realidades del subsector al productor de papa, las instituciones y el público en general.

**IMAGEN 2. PUBLICACIÓN EN REVISTA**



FUENTE: FNFP

- El oportuno registro permitió hacer un control y seguimiento de los datos más relevantes para la posterior realización de los Boletines Econopapa que reflejan la coyuntura del subsector.



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

**Meta:** Realizar:

- Doscientos sesenta (260) Boletines de precios diarios pagados al productor.
- Veintitrés (23) Boletines quincenales.
- Ocho (8) Boletines regionales.
- Tres (3) Informes de Coyuntura.

**TABLA 7. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA META**

META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% CUMPLIMIENTO
Doscientos sesenta (260) Boletines de precios diarios pagados al productor.	Doscientos sesenta (260) Boletines de precios diarios pagados al productor.	100%
Veintitrés (23) Boletines quincenales.	Veintitrés (23) Boletines quincenales.	100%
Ocho (8) Boletines regionales.	Ocho (8) Boletines regionales.	100%
Tres (3) Informes de Coyuntura	Tres (3) Informes de Coyuntura	100%

**Principal resultado:**

Boletines quincenales:

**TABLA 8. BOLETINES QUINCENALES**

BOLETÍN N°	MERCADO NACIONAL	MERCADO INTERNACIONAL
41	El IPC y la papa en Colombia.	El precio de la papa en Galicia cae un 30%.
42	Retos del subsector papa.	Productores de Bolivia vetan importaciones.
43	La especulación en los precios.	El dumping en el subsector papa.
44	Fortalecimiento de la asociatividad en papa.	Aumenta el stock de papa en Gran Bretaña.





BOLETÍN N°	MERCADO NACIONAL	MERCADO INTERNACIONAL
45	Se reduce la importación de papa por primera vez en siete años.	La producción de papa en Latinoamérica.
46	El empleo en el subsector papa.	El cambio climático como y la producción de papa.
47	Las exportaciones de papa nacional hacia Venezuela.	La producción de papa en Venezuela ha caído en el 2018.
48	Incremento en los precios de la papa colombiana a inicios de 2018.	Perú busca vender más de 2 mil toneladas de papa amarilla.
49	Upura y Fedepapa-FNFP la planificación rural del sector papa en Colombia.	Reino unido y el comercio de papa congelada
50	El comportamiento de la inflación a comienzos del 2018.	Sri Lanka: un aumento de aranceles a la importación de papas y una caída en los precios locales.
51	Proyección del 1er semestre del subsector papa.	El sector de la papa de la UE: producción y comercio.
52	Establecen 0% de arancel para plaguicidas y fertilizantes importados	México somete al sector agrícola estadounidense a presiones arancelarias
53	El sistema productivo papa en Colombia	Bélgica en crisis por alta oferta y poca demanda
54	Expectativa sobre posible Fenómeno del Niño	Bajos precios y poca producción en Ecuador
55	Elevado aumento de importación de papa en el país	Escasez de papa en gran parte de Europa por sequías
56	Inflación llega a sus niveles más bajos en 4 años	Aumento del diésel e insumos agrícolas dificulta el cultivo de papa en México
57	Gran descenso en el precio de la papa hasta agosto	La gran ola de calor causa una disminución considerable en la producción de papa en Europa
58	Renuevan bioplaguicida que ataca la polilla guatemalteca	Dificultades en los mercados de papa afectan el mercado de pescado en Gran Bretaña



BOLETÍN N°	MERCADO NACIONAL	MERCADO INTERNACIONAL
59	Déficit de balanza comercial de papa en lo corrido a julio de 2018 es el más alto registrado	Turquía sufre por altos costos de producción y bajo consumo de papa
60	Créditos para siembra de papa a septiembre: leve disminución, pero con miras a un aumento para fin de año	Buena cosecha en Italia pese a ola de calor
61	Imponen medidas antidumping a la importación de papa congelada	Grandes lluvias en Argentina disparan el precio de la papa
62	Ley de Financiamiento propuesta por el Gobierno genera preocupación en los gremios	Crece la tensión entre la Unión Europea y Colombia ante decisión de medidas antidumping
63	Propuesta de ampliación de IVA a la canasta familiar se desvaneció en el Congreso	Cultivadores japoneses adoptan nuevas técnicas de cultivo
64	Fuerte caída del índice de confianza del consumidor en noviembre	Cambio en hábitos de consumo de papa ha afectado productores en Brasil

**Boletines Regionales:**

**IMAGEN 3. BOLETINES REGIONALES**





- En los boletines regionales se publicaron los datos de costos de producción del proyecto de asistencia técnica “Núcleos extensivos del sector rural en el sector productivo papa” de los departamentos más importantes en producción de papa (Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia, Cauca, Tolima, Santanderes y Nacional).
- Divulgación de las noticias más relevantes del subsector enfocadas a temas de índole económico a través de los boletines quincenales, tanto nacionales como internacionales.

**Objetivo específico 3:** Orientar y apoyar los distintos marcos decisorios en la cadena agroalimentaria de la papa, mediante la generación de alertas en variables de importancia para el subsector.

**Meta:** Dos (2) estudios y/o investigaciones apoyadas.

**TABLA 9. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA META**

META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% CUMPLIMIENTO
Dos (2) estudios y/o investigaciones apoyadas.	Dos (2) estudios y/o investigaciones apoyadas.	100%

**Principales resultados:**

- Con la Universidad Piloto de Bogotá se brindó el contacto de algunos productores de Samacá y Villapinzón para ayudarles a desarrollar una propuesta de educación financiera con estos agricultores. Durante el 2018, esta universidad ayudó a crear



grupos de ahorro y crédito para facilitar el financiamiento de los productores. Este proyecto aún no ha terminado por parte de la universidad, quienes seguirán trabajando con ideas de “crowdfunding” (financiación colectiva) con el propósito de seguir ayudando a los productores con el financiamiento en el primer semestre de 2019.

- Con la Universidad Santo Tomás de Bogotá se trabajó con 2 estudiantes de maestría en Economía para la realización de una tesis de grado sobre inclusión financiera e informalidad para los comerciantes de papa en el sector de Corabastos Bogotá. Se les brindó información estadística: áreas, producción, rendimientos, precios e importaciones de papa para el desarrollo del proyecto.

## OTRAS ACCIONES

### PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DEL PROYECTO

Las actividades del proyecto se han divulgado a través de:

- Boletines informativos Econopapa dirigido a productores, entidades privadas y públicas, academia y centros de investigación.
- Artículo en la revista PAPA publicada por el administrador.
- Cartilla institucional: Se realizó una publicación en la cartilla informativa donde se muestran todos los proyectos y alcances del Fondo Nacional del Fomento de la Papa.

### IMAGEN 4. PUBLICACIÓN EN REVISTA



Fuente: FNFP





## MARCO LÓGICO

MARCO LÓGICO					
SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y ESTUDIOS ECONÓMICOS DE LA CADENA AGROALIMENTARIA DE LA PAPA,					
ESTUDIOS ECONÓMICOS					
PROYECTO	Acopiar, procesar, y difundir información económica y estadística sobre variables de importancia económica (Precios, áreas, producción, comercio exterior, costos de producción, entre otras), mediante la puesta en operación de un sistema de información que genere información oportuna, veraz y confiable que oriente eficazmente la toma de decisiones en la cadena agroalimentaria de la papa.				
PROGRAMA	Fortalecer y consolidar el Sistema de Información de la Papa actual, mediante la consecución de datos que alimenten series estadísticas (precios, costos de producción, áreas, producción, condiciones climáticas, comercio exterior, entre otras), transformando los datos en información divulgada a través de los diferentes Boletines Económicos Econopapa (Diario, Quincenal, Regional y Trimestral).				
OBJETIVO GENERAL					
DESCRIPCIÓN GENERAL					
VALOR PROYECTO	<b>FNFP \$47.603.293</b> <b>FEDEPAPA \$50.383.599</b> <b>TOTAL PROYECTO \$97.986.892</b>				
ACCIONES	INDICADOR ECONÓMICO	TIPO DE INDICADOR	METAS	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUJETOS*
<b>1.1. RECOLECCIÓN, TRANSFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN</b>					
Acopiar, recopilar, consolidar y verificar datos sobre los distintos series estadísticas de la línea base.	# registros realizados *100 # registros programados	GESTIÓN	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).	Series Estadísticas	Datos e información de los municipios disponible, oportuna y actualizada por parte de las fuentes.
Brindar información relevante, disponible, oportuna y confiable, mediante la publicación del Econopapa, que se envía a productores, entidades privadas, gubernamentales y académica.	# Informes realizados *100 # informes programados	IMPACTO	Doscientos sesenta (260) boletines de precios diarios. Veintitrés (23) Boletines quincenales. Ocho (8) Boletines regionales. Tres (3) Informes de Coyuntura.	Informes y/o Boletines	Datos e información de los municipios disponible, oportuna y actualizada por parte de las fuentes.
Orientar y apoyar los distintos marcos decisivos en la cadena agroalimentaria de la papa, mediante la generación de alertas en variables de importancia para el subsector.	# Estudios y/o investigaciones apoyadas	IMPACTO	Dos (2) estudios y/o investigaciones apoyadas	Estudios y/o investigaciones apoyadas	Vinculación con trabajos del sector académico y productivo. Datos e información de los municipios disponible, oportuna y actualizada por parte de las fuentes.



## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>\$48.652.154</b>	<b>\$41.300.050</b>	<b>84,89%</b>
NÓMINA	\$48.652.154	\$41.300.050	84,89%
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$6.521.288</b>	<b>\$6.303.243</b>	<b>96,66%</b>
MUEBLES, EQUIPO DE OFICINA Y SW	\$844.406	\$844.406	100,00%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$1.118.085	\$1.118.085	100,00%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$4.208.559	\$3.990.514	94,82%
CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN	\$350.238	\$350.238	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$55.173.442</b>	<b>\$47.603.293</b>	<b>86,28%</b>

## CONTRAPARTIDA FEDEPAPA

ÍTEM	CONTRAPARTIDA	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>\$28.527.399</b>	<b>\$28.527.399</b>	<b>100,00%</b>
NOMINA	\$28.527.399	\$28.527.399	100,00%
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$21.856.200</b>	<b>\$21.856.200</b>	<b>100,00%</b>
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$21.856.200	\$21.856.200	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$50.383.599</b>	<b>\$50.383.599</b>	<b>100,00%</b>

De la totalidad de la contrapartida que brinda la Federación al FNFP, al programa de estudios económicos se le asignó el 20% para la vigencia 2018, de este porcentaje para el proyecto de Sistemas de Información le corresponde el 15%, teniendo en cuenta las características, metodología y duración en la ejecución del proyecto, discriminada así:

El rubro de servicios personales está compuesto por: Director FNFP, Ingenieros Agrónomos, Directo de Talento Humano y Jurídico, Recepcionista, Comunicaciones, Tesorería, Director Contable y Financiero, Asistente de Archivo, Mensajero, Servicios generales e Ingeniero de Sistemas.

El rubro de gastos generales en Materiales y Suministros compuesto por: Equipos de escáner - digitalización - archivadores, Pauta publicitaria, Administración Pagina WEB, Auditorios, Cafetería y Sistema Contable SAP.



## 8.2.2. PROYECTO: 2DO SEMINARIO INTERNACIONAL DE PAPA

### DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Fortalecer el conocimiento de los integrantes de la cadena productiva de la papa a través de la capacitación, la transferencia del conocimiento y de experiencias, como la base para lograr avances en la generación de nuevos modelos agrícolas teniendo en cuenta el medio ambiente y el mercadeo. Es por ello que el II Seminario Internacional en Papa se presenta como el espacio donde los productores, instituciones y de más interesados comparten conocimientos y experiencias en busca de una agricultura más sostenible, sustentable y económicamente viable.

### COBERTURA

Nacional

### OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la actualización en aspectos de relevancia para el subsector papa, a través de ponencias magistrales y foros realizados por expertos nacionales e internacionales, con énfasis en sostenibilidad ambiental, competitividad y agregación de valor, con el fin de generar procesos innovadores que aporten a toda la cadena de valor.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

**Objetivo específico 1:** Generar un espacio académico para discutir y visibilizar metodologías innovadoras que aporten a la cadena de valor.

**Meta:** Adelantar un proceso de selección y confirmación de dos (2) Conferencistas internacionales y tres (3) nacionales.

**TABLA 10. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO**

META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% CUMPLIMIENTO
Dos (2) conferencistas internacionales	Dos (2) conferencistas contactados	100%
Tres (3) conferencistas nacionales	Cuatro (4) conferencistas nacionales	133%



## Principales resultados:

Se contó con la participación de seis (6) conferencistas nacionales e internacionales pertenecientes a instituciones que llevan a cabo investigaciones sobre papa.

Los conferencistas que asistieron fueron:

### INTERNACIONALES

- Elisa Salas - International Potato Center (CIP).
- Peter Kromann - International Potato Center (CIP).

### NACIONALES

- Karla Ampuero - Nielsen
- German Palacio – FEDEPAPA
- Felipe Fonseca - Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA)
- Andres Jaramillo - Motivacional

**Objetivo específico 2:** Vincular a actores públicos y privados del subsector para fortalecer procesos de cohesión interinstitucional.

**Meta:** Contar con la participación de trescientos (300) asistentes pertenecientes a diferentes eslabones de la cadena papa, con el fin de obtener intercambios de experiencias en el sistema productivo.

**TABLA 11. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO**

META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% CUMPLIMIENTO
Trescientos (300) Participantes al Seminario	Cuatrocientos sesenta y tres (463) participantes al Seminario	154%



**Principales resultados:**

El II Seminario Internacional de Papa contó con la participación de productores, expertos del subsector papa, entidades estatales y privadas, la industria entre otros asociados a la cadena papa.

**IMAGEN 5. AGENDA ACADÉMICA**



Fuente: FNFP

Los ejes temáticos fueron:

- Cambio climático
- Territorialidad
- Riego de precisión
- Consumo de papa

**Objetivo específico 3:** Dar a conocer a los participantes temas actuales de importancia técnica, ambiental y económica para el desarrollo del subsector papa.

**Meta:** Realizar sesenta (60) evaluaciones a los participantes del Seminario acerca de la pertinencia en las temáticas presentadas.

**TABLA 12. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO**

META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% CUMPLIMIENTO
Sesenta (60) evaluaciones a participantes del Seminario	Sesenta (60) evaluaciones a participantes del Seminario	100%



## Principales resultados:

Al 13% de los asistentes al II Seminario Internacional de Papa, se les pidió calificar el desarrollo de las temáticas trabajadas y los conferencistas invitados, otorgando una calificación de 1 a 5 (siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta) a los siguientes aspectos:

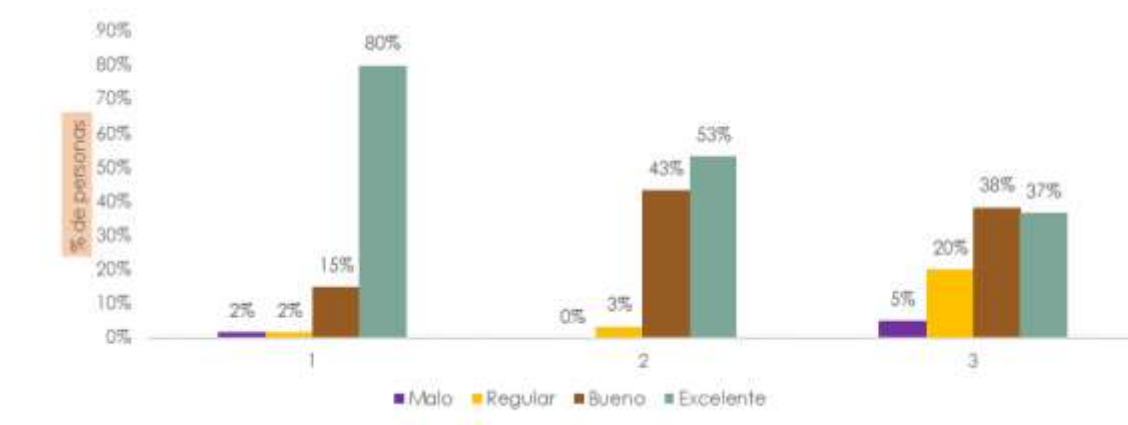
### LOGÍSTICA DEL SEMINARIO

En esta sección se evaluó el desarrollo del seminario a través de 3 preguntas:

1. ¿Fue adecuada la ubicación del evento?
2. ¿Cómo fue el desarrollo del evento?
3. ¿Consideró que las temáticas fueron acordes con la necesidad del subsector de la papa?

Las calificaciones otorgadas por los asistentes se distribuyeron de la siguiente manera:

**GRÁFICO 3. EVALUACIÓN LOGÍSTICA POR PREGUNTA DEL II SEMINARIO INTERNACIONAL EN PAPA**



Fuente: FNFP

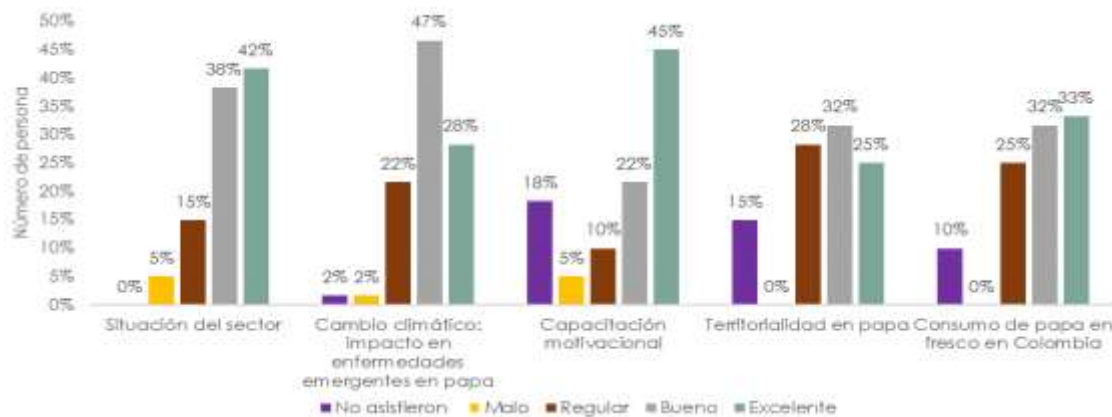
Esta encuesta arrojó los siguientes resultados: como lo muestra la gráfica, para la primera pregunta el 95% de los asistentes consideró que la ubicación del evento fue buena/excelente. En la segunda pregunta el 96% de los participantes consideró que el desarrollo del evento fue bueno/excelente. En la tercera pregunta el 75% de las personas encuestadas consideró que las temáticas fueron acordes con las necesidades del subsector.



## CONFERENCIA

Esta evaluación se enfocó en saber la percepción de los asistentes sobre las ponencias presentadas por los conferencistas, arrojando los siguientes resultados:

**GRÁFICO 4. EVALUACIÓN TEMÁTICA DEL II SEMINARIO INTERNACIONAL EN PAPA**



Fuente: FNFP

Como lo muestra la gráfica, el 80% consideró que fue bueno/excelente la temática de la situación del sector, el 75% consideró bueno/excelente hablar del cambio climático y su impacto en enfermedades emergentes en papa. El 67% consideró que la temática de la capacitación motivacional estuvo buena/excelente. El 57% consideró que fue bueno/excelente la charla sobre la territorialidad en la papa. Por último, el 65% consideró bueno/excelente la temática del consumo de la papa en fresco a nivel nacional.



## MARCO LÓGICO

MARCO LOGICO							
PROYECTO	II SEMINARIO INTERNACIONAL EN PAPA						
PROGRAMA	ESTUDIOS ECONÓMICOS						
OBJETIVO GENERAL:	Contribuir a la actualización en aspectos de relevancia para el subsector papa, a través de ponencias magistrales y foros realizados por expertos nacionales e internacionales, con énfasis en sostenibilidad ambiental, competitividad y agregación de valor, con el fin de generar procesos innovadores que aporten a toda la cadena de valor.						
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Fortalecer el conocimiento de los integrantes de la cadena productiva de la papa a través de la capacitación, la transferencia del conocimiento y de experiencias, como la base para lograr avances en la generación de nuevos modelos agrícolas teniendo en cuenta el medio ambiente y el mercadeo. Es por ello que el II Seminario Internacional en Papa se presenta como el espacio donde los productores, instituciones y de más interesados comparten conocimientos y experiencias en busca de una agricultura más sostenible, sustentable y económicamente viable.						
VALOR PROYECTO:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: right;">FNFP</td> <td style="text-align: right;">\$ 191.153.237</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">FEDEPAPA</td> <td style="text-align: right;">\$ 24.294.530</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;"><b>TOTAL PROYECTO</b></td> <td style="text-align: right;"><b>\$ 215.447.770</b></td> </tr> </table>	FNFP	\$ 191.153.237	FEDEPAPA	\$ 24.294.530	<b>TOTAL PROYECTO</b>	<b>\$ 215.447.770</b>
FNFP	\$ 191.153.237						
FEDEPAPA	\$ 24.294.530						
<b>TOTAL PROYECTO</b>	<b>\$ 215.447.770</b>						

ACCIONES	INDICADOR ECONÓMICO	TIPO DE INDICADOR	METAS	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS*
<b>1.1. RECOLECCION, TRANSFORMACIÓN Y DIVULGACION DE LA INFORMACION</b>					
Adelantar un proceso de selección y confirmación de conferencistas nacionales e internacionales	# Conferencistas contratados*100	Gestión	5 conferencistas contratados	Contratos	Información disponible.
	# conferencistas a contratar				Información verídica proveniente de asociaciones.
					Contar con conferencistas necesarios.
Fomentar la participación de los diferentes eslabones de la cadena con el fin de obtener intercambios de experiencias en el sistema productivo.	# Participantes al seminario *100	Impacto	300 participantes del seminario	Listados de Asistencia	Información disponible.
	# participantes esperados				Información verídica proveniente de asociaciones.
					Contar con la asistencia requerida.
Evaluar la pertinencia de las temáticas presentadas	# Evaluaciones realizadas *100	Impacto	60 Evaluaciones a participantes del seminario	Evaluaciones	Información disponible.
	# Evaluaciones programadas				Información verídica proveniente de asociaciones.
					Contar con la asistencia requerida.





## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$191.153.237</b>	<b>\$191.153.237</b>	<b>100,00%</b>
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$9.382.729	\$9.382.729	100,00%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$21.770.508	\$21.770.508	100,00%
CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN	\$160.000.000	\$160.000.000	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$191.153.237</b>	<b>\$191.153.237</b>	<b>100,00%</b>

## CONTRAPARTIDA FEDEPAPA

ÍTEM	CONTRAPARTIDA	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>\$9.509.133</b>	<b>\$9.509.133</b>	<b>100,00%</b>
NOMINA	\$9.509.133	\$9.509.133	100,00%
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$14.785.400</b>	<b>\$14.785.400</b>	<b>100,00%</b>
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$14.785.400	\$14.785.400	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$24.294.533</b>	<b>\$24.294.533</b>	<b>100,00%</b>

De la totalidad de la contrapartida que brinda la Federación al FNFP, al programa de estudios económicos se le asignó el 20% para la vigencia 2018, de este porcentaje para el proyecto de Segundo Seminario Internacional de Papa le corresponde el 5% teniendo en cuenta las características, metodología y duración en la ejecución del proyecto, discriminada así:

El rubro de servicios personales está compuesto por: Director FNFP, Ingenieros Agrónomos, Directo de Talento Humano y Jurídico, Recepcionista, Comunicaciones, Tesorería, Director Contable y Financiero, Asistente de Archivo, Mensajero, Servicios generales e Ingeniero de Sistemas.

El rubro de gastos generales en Materiales y Suministros compuesto por: Equipos de escáner - digitalización - archivadores, Pauta publicitaria, Administración Pagina WEB, Auditorios, Cafetería, Sistema Contable SAP e Insumos seminario.



## 8.3. PROGRAMA: INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

### 8.3.1. PROYECTO: IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS MEDIANTE EXTENSIÓN RURAL EN EL SECTOR PRODUCTIVO PAPA “ITPA”

#### DESCRIPCIÓN GENERAL

Brindar el servicio de extensión rural a través de demostración de método, propendiendo por el uso eficiente del agua, aumento de cobertura de extensión rural, aumento de la calidad y cantidad de tubérculos cosechados, disminución de costos de producción, esquemas de producción más limpia y fortalecimiento del trabajo de las asociaciones a través de la implementación de parcelas de sistemas de fertirrigación.

#### EXTENSIÓN RURAL

Se implementa un modelo de Extensión Rural el cual incorpora aparte del tema técnico un ámbito social de los productores, propendiendo por incrementar la productividad en las mismas áreas de siembra, disminuir los costos de producción y capacitar en el uso de las buenas prácticas agrícolas BPA.

#### FERTIRRIEGO

En un análisis holístico del sistema, se evidencia la alta dependencia de una sola especie cultivada, así como momentos fijos de siembra y cosecha derivados de las lluvias bimodales propias del trópico, aspectos que generan estacionalidad de producción y baja en los precios de venta, generando como respuesta la necesidad de implementar sistemas de fertirriego para el cultivo.

#### COBERTURA

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



## OBJETIVO GENERAL

Impactar en el desarrollo socioeconómico de los productores de papa, mediante la extensión rural y capacitación, mejorando la productividad y calidad de los cultivos de papa.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

**Objetivo específico 1:** Contar con un equipo técnico especializado conformado por veintitrés extensionistas y dos coordinadores en el sistema productivo papa dando continuidad al proceso de capacitación en extensión rural.

**Meta:** Selección y contratación de un (1) director de proyecto, veintitrés (23) extensionistas, dos (2) coordinadores y un (1) asistente administrativo.

**TABLA 13. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL VIGENCIA 2018**

INDICADOR	META	EJECUCIÓN	% CUMPLIMIENTO
# Director contratado	1	1	100%
# Asistente administrativo contratado	1	1	100%
# Extensionistas contratados	23	23	100%
# Coordinadores contratados	2	2	100%

Este proceso de selección inicio desde el mes de noviembre de 2017 con la evaluación de desempeño del equipo técnico, con objeto de fortalecer los aspectos en los cuales se tienen debilidades y generando compromisos de mejora para el 2018.



**GRÁFICO 5. COBERTURA DE PROFESIONALES DEL PROYECTO**



Fuente: FNFP.

Los 23 extensionistas y 2 coordinadores iniciaron con un contrato a término fijo del 15 de enero hasta el 14 de diciembre de 2018. El equipo técnico para esta vigencia se mantuvo en tiempo de contratación y número de profesionales por zonas, dando continuidad en la presencia del proyecto técnico a nivel nacional y respaldando el proceso que se viene realizado desde la vigencia 2016.

Teniendo en cuenta que la extensión rural de buena calidad permite el establecimiento de la relación de confianza que debe existir entre agricultores y técnicos, para lograr resultados óptimos en el proceso de transferencia de tecnología, se hace necesario contar con equipo de profesionales especializados en el cultivo de papa, que garanticen que los conocimientos técnicos sean transmitidos de una manera confiable y veraz al agricultor. En virtud a esto se programó una capacitación para el equipo técnico en temas relacionados al sector productivo, nutrición vegetal como pilar de la productividad de los cultivos y los proyectos que desarrolla el Fondo Nacional del Fomento de la Papa en esta vigencia.





**TABLA 14. TEMAS DE LA CAPACITACIÓN 2018**

TEMA	RESPONSABLE
Directrices 2018 FEDEPAPA - FNFP	Paula Garavito - Director FNFP
Situación del Sector	Steven Riascos - Economista
Recaudo Cuota de Fomento	Catalina Gómez - Coordinador de Recaudo
Campaña Consumo	Eliana Rodríguez - Director de Mercadeo
Implementación de Tecnologías Mediante Extensión Rural en el Sector Productivo Papa "ITPA"	Camilo Niño - Director de Proyectos
Taller Costos de Producción	Paula Garavito - Director FNFP
Nutrición Vegetal en el Cultivo de Papa	Ph.D Eduardo Dávila

Esta capacitación se realizó en el departamento de Boyacá municipio de Cuitiva del 15 al 18 de enero de 2018, con la participación de los (23) extensionistas, (2) coordinadores, (1) asistente de proyectos y (1) director de proyectos.

**IMAGEN 6. EQUIPO DE EXTENSIONISTAS ESPECIALISTAS EN PAPA 2018**



Fuente: FNFP.



**Objetivo específico 2:** Brindar el servicio de extensión rural a 12.220 a productores de papa de los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia, Cauca, Santander, Norte de Santander, Tolima, Caldas y Distrito Capital.

**Meta:**

INDICADOR	META
Selección de productores	4.600
Parcelas montadas	46
Número de visitas a líder con parcela demostrativa	460
Número de visitas a líderes	18.216
Número de productores capacitados	6.900
Número de talleres de capacitación	460
Número de días de campo	184

**TABLA 15. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO PRODUCTORES SELECCIONADOS VIGENCIA 2018**

INDICADOR	META	EJECUCIÓN	% CUMPLIMIENTO
# Número de productores con procesos de extensión rural	4.600	4.600	100%

De conformidad con el proyecto **"IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS MEDIANTE EXTENSIÓN RURAL EN EL SECTOR PRODUCTIVO PAPA - ITPA"**, se realizó una convocatoria abierta dirigida a productores de papa ubicados en las zonas de influencia, para que se postulen como beneficiarios directos del proyecto mencionado.

Los productores interesados se evaluaron y seleccionaron en virtud de los siguientes criterios de la convocatoria:

- Ser productor de papa y a la fecha tener lote para establecer cultivo en el área de influencia.
- Ser mayor de edad.
- Estar dispuesto(a) tener establecido/ido algún mecanismo de validación de costos de producción.
- Disponer del tiempo necesario para participar en los días de campo y actividades.
- Estar de acuerdo con los principios de demostración y participación colaborativa con el Extensionista.



- Aceptar el proceso de extensión rural y realizar las prácticas agronómicas que de común acuerdo se establezcan para el buen funcionamiento de la parcela.
- Servir de multiplicador de la tecnología al interior de su comunidad.
- El agricultor debe presentar o evidenciar que la cosecha de papa que va a hacer asistida por medio del presente proyecto, paga cuota de fomento; es decir, el beneficiario debe exigir al comprador que realice la retención del 1% sobre el valor de la venta.
- Exigir al comprador que realice la retención del 1% sobre el valor de la venta.

Luego de la selección de beneficiarios del proyecto se realiza una segmentación de los mejores líderes que propendan por la asociatividad, para la ubicación de las parcelas demostrativas (46) las cuales ya tienen un número determinado por departamento.

**TABLA 16. DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTORES SELECCIONADOS POR DEPARTAMENTO 2018**

DEPARTAMENTO	# LIDERES DE PARCELA	# LIDERES
Boyacá	14	1.386
Cundinamarca	14	1.386
Nariño	8	792
Antioquia	4	396
Santander y Norte de Santander	2	198
Tolima	2	198
Cauca	2	198
<b>SUBTOTAL</b>	<b>46</b>	<b>4.554</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4.600</b>	

Fuente: Registro consolidado de usuarios FNFP-FEDEPAPA

**TABLA 17. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO MONTAJE DE PARCELAS DEMOSTRATIVAS VIGENCIA 2018**

INDICADOR	META	EJECUCIÓN	% CUMPLIMIENTO
# de parcelas montadas	46	46	100%

En cumplimiento de uno de los indicadores del proyecto ITPA, fueron entregados los siguientes beneficios a los productores con parcela demostrativa (46): un (1) análisis de





suelos y veinte (20) bultos de semilla certificada. Estas herramientas son entregadas en virtud de hacer la demostración de método de un cultivo de papa con las mejores prácticas agrícolas posibles. En el cual se planean las actividades con el objeto de garantizar que las variables de rendimiento (número, tamaño y peso de tubérculo según la variedad) sean las mejores y buscar rendimientos por encima del promedio nacional de 21,9 Ton/Ha obteniendo hasta 40 Ton/Ha en las parcelas demostrativas.

Desarrollo logístico de las diferentes herramientas o insumos entregados a los beneficiarios:

- **ANÁLISIS DE SUELOS**

El análisis de suelo es una práctica que no es usual en los agricultores de papa, generando dificultades en el proceso de extensión rural, debido a que no se tienen datos físico-químicos específicos del suelo antes de la siembra. Por tal motivo, se incluyó en el desarrollo de las parcelas demostrativas esta herramienta técnica como parte fundamental de la planeación del cultivo de papa. En total se procesaron 46 muestras con un análisis en fase intercambiable con sus resultados para el cultivo de la papa. Los cuales son importantes para:

- Textura (mecanización del suelo, riego y drenajes)
- pH y Aluminio intercambiable (manejo de enmiendas para disponibilidad de nutrientes)
- Nutrientes N, P, K, Ca, Mg, S y menores (necesidad de fertilización según la extracción de la variedad a utilizar)

**IMAGEN 7. PARCELAS DEMOSTRATIVAS MUNICIPIO DE SIBATÉ – CUNDINAMARCA TOMA DE MUESTRA ANÁLISIS DE SUELOS Y FERTILIZACIÓN**



Fuente: FNFP.





### IMAGEN 8. PARCELAS DEMOSTRATIVAS MUNICIPIO DE SIBATÉ – CUNDINAMARCA TOMA DE MUESTRA ANÁLISIS DE SUELOS Y FERTILIZACIÓN



Fuente: FNFP.

- **SEMILLA CERTIFICADA**

Una de las metodologías de extensión rural que se utiliza en el proyecto como demostración de método es el montaje de parcelas demostrativas. Mediante la entrega de semilla certificada se garantizan técnicamente indicadores de productividad como número y peso de tubérculos. En virtud de estas características se realiza la entrega a productores beneficiarios del proyecto semilla certificada de la siguiente manera:

Bultos de 50 Kg de las variedades Diacol Capiro 920 (79%), Pastusa Suprema 140 (12%), Criolla Colombia 100 (9%), siendo los materiales de mayor importancia para el consumo en fresco y para procesos de transformación industrial, con un total de 1.160 bultos.

### IMAGEN 9. SEMILLA CERTIFICADA ENTREGADA



Fuente: FNFP.



**TABLA 18. RENDIMIENTOS Y COSTOS DE PRODUCCIÓN PROMEDIO DE LAS PARCELAS DEMOSTRATIVAS POR DEPARTAMENTOS Y VARIEDAD 2018**

DEPTO	PARCELA	VARIEDAD	COSTOS/HA	RENT kg/ Ha	RENT COMERCIAL	COSTO KILO	PRECIO KILO*	MARGEN NETO	MARGEN DE GANANCIA
CUNDINAM	PILOTO	Diacol Capiro	\$ 22.191.950	36.617,7	31.555,8	\$ 771	\$649	\$20.479.742	-\$1.712.208
	TESTIGO	Diacol Capiro	\$ 18.783.887	27.339,3	22.096,4	\$1.099	\$649	\$14.340.543	-\$4.443.344
	PILOTO	Criolla	\$ 20.335.500	33.178,5	22.402,5	\$1.079	\$918	\$20.565.476	\$229.976
BOYACÁ	PILOTO	Diacol Capiro	\$ 14.890.297	36.103,2	32.708,6	\$472	\$504	\$16.485.138	\$1.594.842
	TESTIGO	Diacol Capiro	\$ 14.790.129	29.286,4	24.589,2	\$623	\$504	\$12.392.944	-\$2.397.185
	PILOTO	Pastusa	\$ 13.204.351	30.677,6	28.053,4	\$479	\$526	\$14.756.090	\$1.551.739
	TESTIGO	Pastusa	\$ 13.425.070	26.420,2	25.000,0	\$554	\$526	\$13.150.000	-\$275.070
	PILOTO	Criolla	\$ 12.657.047	24.197,6	24.197,6	\$523	\$563	\$13.623.257	\$966.210
NARIÑO	PILOTO	Diacol Capiro	\$ 16.568.227	45.336,2	38.949,8	\$480	\$786	\$30.614.527	\$14.046.300
	TESTIGO	Diacol Capiro	\$ 13.032.823	28.706,3	24.834,3	\$525	\$786	\$19.519.789	\$6.486.966
ANTIOQUIA	PILOTO	Diacol Capiro	\$ 21.275.117	38.301,1	37.361,1	\$581	\$985	\$36.800.645	\$15.525.529
	TESTIGO	Diacol Capiro	\$ 21.078.751	36.514,2	34.701,0	\$635	\$985	\$34.180.528	\$13.101.777
OTROS**	PILOTO	Pastusa	\$ 15.053.790	31.821,9	28.476,4	\$540	\$752	\$21.414.270	\$6.360.480
	TESTIGO	Pastusa	\$ 11.950.770	18.000,0	16.000,0	\$750	\$752	\$12.032.000	\$ 81.230

Fuente: Registro de costos de producción extensionistas FNFP-FEDEPAPA

\* Precios sistemas de información FNFP octubre a diciembre por zona y variedad

\*\* Departamentos de Cauca, Tolima, Santander

Los resultados de mayor impacto son los rendimientos comerciales, que representan más del 86% de la producción total en las parcelas demostrativas marcando la diferencia en la relación costo beneficio, lo que genera una herramienta para poder mitigar la variación de los precios del tubérculo.

Cuando se evalúa los costos totales para la variedad Diacol Capiro, en los departamentos de Boyacá y Cundinamarca se evidencia un aumento del 21% en los costos, los cuales se explican debido a un incremento en el costo de mano de obra, especialmente la cosecha. Otro ítem relevante es el arrendamiento de tierra que hace parte de los costos indirectos, el cual en Cundinamarca se puede incrementar un 100% con relación a Boyacá justificado en el uso del suelo por industrias y el sector de la construcción.

**TABLA 19. COSTOS DESAGREGADOS DIACOL CAPIRO CUNDINAMARCA VS BOYACÁ**

ÍTEM	CUNDINAMARCA	BOYACÁ
MANO DE OBRA	\$ 7.290.213	\$ 5.222.494
INSUMOS	\$ 8.019.801	\$ 6.906.104
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 576.051	\$ 658.153
EMPAQUE	\$ 429.256	\$ 474.387
TRANSPORTE	\$ 1.085.730	\$ 888.578
COSTOS INDIRECTOS	\$ 1.382.836	\$ 676.830
<b>TOTAL COSTOS (HA)</b>	<b>\$ 18.783.887</b>	<b>\$ 14.890.297</b>

Fuente: Registro de costos de producción extensionistas FNFP-FEDEPAPA

**TABLA 20. VARIACIÓN SIGNIFICATIVA TESTIGO VS PARCELA DEMOSTRATIVA NARIÑO  
DIACOL CAPIRO**

	TESTIGO	PARCELA DEMOSTRATIVA	VARIACIÓN
COSTOS/HA	\$ 13.032.823	\$ 16.568.227	27%
RENDIMIENTO kg/ Ha	28.706	45.336	58%
RENDIMIENTO COMERCIAL	24.834	38.950	57%
COSTO KILO	\$ 525	\$ 480	-9%
PRECIO KILO*	\$ 786	\$ 786	0%
MARGEN NETO	\$ 19.519.789	\$ 30.614.527	57%
MARGEN DE GANANCIA	\$ 6.486.966	\$ 14.046.300	117%

Fuente: Registro de costos de producción extensionistas FNFP-FEDEPAPA

En el desarrollo de las parcelas demostrativas en el departamento de Nariño, es notorio el incremento de los rendimientos en 58% con un costo por kilo de \$480. Esto genera en el productor un cambio en su manera de evaluar los resultados de su cultivo, ya que Nariño cuenta con el promedio de producción de 21.7 ton/ha.

El seguimiento de los costos de producción y su evaluación es otra forma de transferencia de tecnología que valida el productor como satisfactoria, porque dentro de su manejo nunca tiene en cuenta este tipo de mediciones. Cuantificar los resultados del esfuerzo del productor durante todo el ciclo productivo, permite identificar donde se deben seguir mejorando los procesos, para mejorar la rentabilidad y consecuentemente hacer un manejo más ambiental y ordenado del cultivo.


**TABLA 21. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO VISITAS A PRODUCTORES 2018**

INDICADOR	META ANUAL	EJECUCIÓN	% CUMPLIMIENTO
# de visitas realizadas a productor líder con parcela demostrativa	460	673	146%
# de visitas realizadas a productores líderes	18.216	18.764	103%

Fuente: FNFP.

**TABLA 22. VISITAS REALIZADAS A PRODUCTORES POR DEPARTAMENTO 2018**

DEPARTAMENTO	VISITAS LIDERES PARCELA	VISITA LIDERES
Boyacá	171	5.656
Cundinamarca	290	5.714
Nariño	96	3.242
Antioquia	41	1.705
Santander y Norte de Santander	35	863
Tolima	20	792
Cauca	20	792
<b>SUBTOTAL</b>	<b>673</b>	<b>18.764</b>

Fuente: Registro visitas técnicas extensionistas FNFP-FEDEPAPA

Entre los aspectos más importantes a resaltar en el proyecto en los diferentes departamentos impactados, está la implementación de las parcelas demostrativas que permite desarrollar un nuevo modelo de agricultura en papa, donde los productores participan activamente fortaleciendo capacidades en áreas como la identificación, manejo de plagas y enfermedades, la administración eficiente de los recursos naturales y económicos, el fortalecimiento asociativo entre otros. También es importante la transferencia tecnológica por medio de días de campo y capacitaciones donde se incluye a un buen número de productores que ven en el extensionista un aliado y maestro.





**IMAGEN 10. VISITAS TÉCNICAS BENEFICIARIOS**



Fuente: FNFP.

Este acompañamiento técnico en cada vigencia ha venido aumentando su cobertura, para 2018 en 9.5% en productores impactados y en el número de visitas realizadas (29.2%) en las diferentes zonas paperas del país para la vigencia 2018, si lo comparamos con la ejecución del proyecto técnico de la vigencia 2017.

**TABLA 23. COBERTURA A PRODUCTORES Y VISITAS 2017 VS 2018**

INDICADOR	2017	2018	% VARIACIÓN
Productores impactados	11.140	12.220	9.5%
Visitas técnicas	14.030	18.764	29.2%

Fuente: Registro visitas técnicas extensionistas FNFP-FEDEPAPA

**TABLA 24. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE CAPACITACIONES VIGENCIA 2018**

INDICADORES	META ANUAL	EJECUCIÓN	% CUMPLIMIENTO
# de productores capacitados	6.900	8.401	121%
# de talleres de capacitación	460	500	125%
# de días de campo realizados	184	184	100%

Dentro de las estrategias de transferencia de tecnología se tienen las capacitaciones grupales (15 productores máximo), donde se abordan temas como:



- 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

El tema a tratar en la capacitación debe estar relacionado con labores y factores que comprenden el manejo de un cultivo de papa, en las diferentes épocas del año de acuerdo a su ciclo de siembras y cosechas.

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.

**TABLA 25. CAPACITACIONES Y ASISTENTES A LOS DIFERENTES MÉTODOS DE EXTENSIÓN RURAL VIGENCIA 2018**

DEPARTAMENTO	CAPACITACIONES	CAPACITADOS	DÍAS DE CAMPO
Boyacá	151	2.531	56
Cundinamarca	154	2.466	56
Nariño	89	1.631	32
Antioquia	44	766	16
Santander y Norte de Santander	22	385	8
Tolima	20	322	8
Cauca	20	300	8
<b>TOTAL</b>	<b>500</b>	<b>8.401</b>	<b>184</b>

Fuente: Registro listado de capacitaciones extensionistas FNFP-FEDEPAPA



**IMAGEN 11. CAPACITACIONES BENEFICIARIAS DE CUNDINAMARCA**



Fuente: FNFP.

**Objetivo específico 3:** Implementar, validar y transferir tecnología a productores de papa sobre un sistema de fertirriego en los departamentos de Boyacá y Cundinamarca.

**Meta:** Implementar dos (2) sistemas de fertirriego en los departamentos de Cundinamarca y Boyacá para dos grupos asociativos.

**TABLA 26. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE PARCELAS DE FERTIRRIEGO VIGENCIA 2018**

INDICADOR	META ANUAL	EJECUCIÓN	% CUMPLIMIENTO
# de parcelas demostrativas de fertirriego	2	2	100%
# de eventos grupales para la transferencia de tecnología	6	6	100%

Se realizó el montaje de las dos parcelas pilotos de riego, ubicadas en los departamentos de Boyacá y Cundinamarca. Estas cuentan con características de manejo diferentes, por su relieve, acceso de maquinaria y condiciones agroclimáticas de la zona.





### **PARCELA DEMOSTRATIVA DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA:**

La asociación beneficiada con el proyecto fue la de cultivadores de papa y otros cultivos de clima frío de Sesquilé:

Representante legal: Julio Armando Rozo Prieto  
Municipio: Sesquilé  
Vereda: Ranchería  
Coordenadas: N 4°58'49.05" E 73°43'58.34"O  
Altura: 2.970 msnm  
Variedad: Diacol Capiro, 120 Bultos de semilla certificada  
Área total: 1.8 ha

### **IMAGEN 12. PARCELA PILOTO FERTIRRIEGO SESQUILÉ**



Fuente: FNFP.





IMAGEN 13. DISEÑO SISTEMA FERTIRRIEGO SESQUILÉ





**TABLA 27. ENTREGA DE SEMILLA Y ANÁLISIS DE SUELO A LA PARCELA PILOTO DE RIEGO**

MUNICIPIO	VEREDA	TOMA DE ANÁLISIS DE SUELOS	ENTREGA AL PRODUCTOR		FECHA DE SIEMBRA
			ANÁLISIS DE SUELOS	ENTREGA DE SEMILLA	
Sesquilé	Ranchería	19-03-2018	13-04-2018	13-04-2018	02-05-2018

La parcela de fertirriego en Cundinamarca se desarrolló en el municipio de Sesquilé, vereda Ranchería, lote que contaba con un área de 1.8 ha, una pendiente en 50% del lote de aproximada al 40% y un reservorio de 300 m<sup>2</sup> con una profundidad de 6 metros.

La preparación del lote comenzó el día 17 de abril donde se inició con la mecanización y aplicación de enmiendas según resultados del análisis de suelos. Consecuentemente, el día 2 de mayo comenzó el proceso de siembra de los 120 bultos de semilla Diacol Capiro certificada, entregada por el proyecto. La densidad de plantas por ha fue de 25.000 con distancias entre surcos de 1m y de 40 cm, sumado a esto se realiza una desinfección de semilla con el fin de controlar posibles ataques de enfermedades y plagas ya existentes en el suelo.

El plan de fertilización se realizó de acuerdo a los resultados del análisis de suelo, bajo estos parámetros se definió que se haría la fertilización de dos maneras, una fertilización base al momento de la siembra y la restante por medio del sistema de fertirriego, la cual sería subdividida según su etapa fenológica y requerimientos. Las labores de instalación iniciaron con la apertura de zanjas de aproximadamente 60 cm de profundidad donde quedó ubicada la tubería principal y sobre ella se hizo la instalación de las electro válvulas correspondientes a los 5 módulos del diseño del sistema.

1. Instalación de línea principal.

Se extendió la tubería principal de 3" en PVC a lo largo del predio, iniciando en el sitio dispuesto para el montaje del cabezal de bombeo y hasta el final del lote; se fijaron cada uno de los tubos correspondientes a esta línea con tornillos para su posterior desmontaje con más facilidad.

2. Montaje de válvulas.

Se dividió en 6 sectores, cada uno de ellos con una electro válvula de 2"; para la elaboración de estas, se utilizaron bujes reductores de 3" a 2", tubos de 2", codos y adaptadores para manguera Flexnet.



### 3. Tendido línea Flexnet Y Dripnet.

Posterior al montaje de las válvulas, se extiende a lo largo de la línea principal en PVC, una línea de manguera flexnet, pre perforada a un metro de distancia; esta se acopla a las electroválvulas por medio de adaptadores y abrazaderas. A esta línea, posteriormente se acopla la línea de goteros Dripnet lo cuales se encuentran con un espaciado de 0.30 (m) y con una descarga de 1 L/h. Posterior al tendido de las líneas de goteo, se procede a sujetar al suelo con ganchos de alambre cada una de ellas, para evitar así que por acción del viento, el sol y del mismo uso estas se contraigan, expandan y se caigan del surco por el cual se extendieron.

### 4. Montaje cabezal de bombeo.

Una vez extendida la línea principal, montadas las electroválvulas, acopladas a las electroválvulas la línea Flexnet y a esta las líneas Dripnet, se procede a montar el cabezal de bombeo en el cual se tiene:

Una motobomba a gasolina de 13 hp, con una succión y descarga de 3" en manguera, un sistema de filtrado de malla reducido de 3" a 1.5", un registro de paso de agua por el sistema, un cheque y una válvula de paso de agua para el sistema de inyección de fertilizante, un registro para el llenado de un tanque de 1000 litros.

En cuanto a la parte de la fertirrigación, es un sistema de inyección por medio de un Venturi de 1.5" con rotámetro de 400 L/h, un filtro de anillos y un tanque de preparación de soluciones de 1000 litros. Dos manómetros instalados antes y después de la estación de filtrado y un cheque ubicado a la salida del sistema para evitar la descarga del mismo.





**IMAGEN 14. LÍNEAS PRINCIPALES Y CACETA DE BOBEO FERTIRRIEGO SESQUILÉ**



**Fuente:** FNFP.

Una vez finalizada la instalación se procedió a realizar la aplicación de fertirriego día de por medio si así lo permitían las condiciones climáticas. La fertilización para esta etapa se manejó con fuentes simples como lo fueron: Nitrato de Calcio, fosfato monoamonico, fosfato monopotasico, sulfato de Mg, sulfato de K, ácido bórico y sulfato de amonio.

Al momento de la preparación de la solución es de importancia tener en cuenta la compatibilidad de los productos, asegurando con ello la eficiencia de la mezcla y evitar pérdidas de producto.

Los tiempos de riego se manejaron de la siguiente manera, para el módulo 1 con una inyección de 40 libras se obtuvo una rata de inyección de 400L/hora con un tiempo de 30 minutos. Módulo 2, con una presión de 40 libras, una rata de inyección de 200L/hora y un tiempo de 40 minutos. Módulo 3, con una presión de 60 libras, una rata de inyección de 300L/hora y un tiempo de 40 minutos. Módulo 4, con una presión de 60 libras, una rata de inyección de 250L/hora y un tiempo de 50 minutos. Módulo 5, con una presión de 60 libras, una rata de inyección de 200L/hora y un tiempo de 60 minutos.

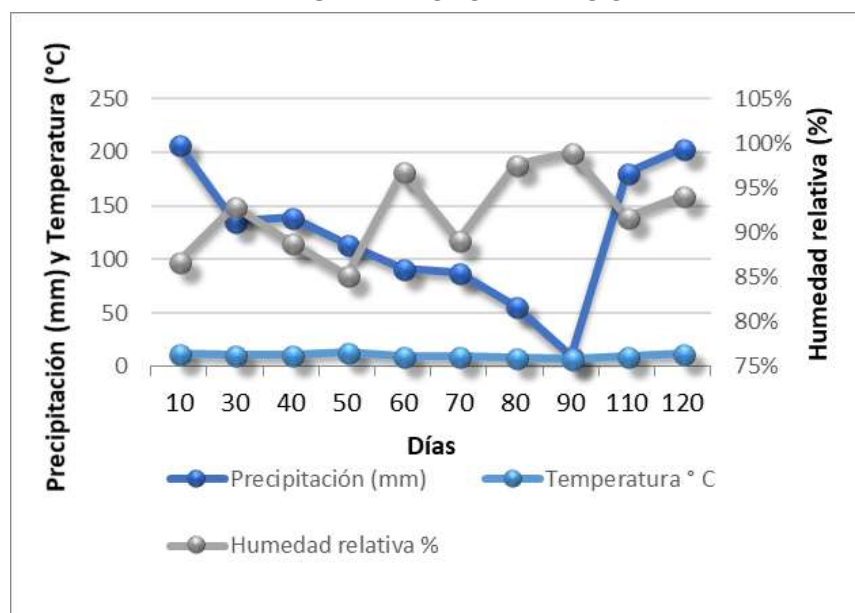
Se realizaron de igual forma y a medida que el cultivo empezaba a emerger y desarrollarse, monitoreos de plagas y enfermedades para hacer las respectivas





recomendaciones de aplicaciones de productos para protección; a lo largo del ciclo se realizó un total de 15 aplicaciones para el MIPE, las cuales determinadas por una alta incidencia de *Pythophthora Infestans* con una severidad fuerte lo cual obligo a realizar aplicaciones en intervalos más cortos de productos de síntesis química. Adicionalmente, se tenían equipos meteorológicos propios instalados en la finca como termohigrómetro y pluviómetro para el monitoreo de las condiciones climáticas, mostrando como en un intervalo de 120 días se acumularon 1128 mm de lluvia ocasionando dificultades para la fertiirrigación en estados fenológicos que definen la productividad del cultivo.

**GRÁFICO 6. SEGUIMIENTO DE HUMEDAD RELATIVA, PRECIPITACIÓN Y TEMPERATURA A LA PARCELA PILOTO DE RIEGO**



Fuente: Datos seguimiento equipos meteorológicos coordinador Cundinamarca FNFP.

**IMAGEN 15. ESTADO DEL LOTE POR EL EXCESO DE LLUVIAS**



Fuente: FNFP.



**IMAGEN 16. SUELO EN CONDICIONES DE ENCHARCAMIENTO EN EL 80% DEL LOTE EN PENDIENTE**



Fuente: FNFP.

**IMAGEN 17. CAMBIO DE LA CALIDAD DE AGUA PARA EL SISTEMA DE RIEGO POR EL EXCESO DE LLUVIAS**



Fuente: FNFP.





## **DIFICULTADES O LIMITANTES**

Debido a las altas precipitaciones presentes en la zona todo el trabajo desde instalación, el manejo Integrado de plagas y enfermedades y la aplicación de fertirriego, fue difícil ya que esto hizo que los tiempos en las labores se corrieran o no fueran eficaces.

Desde el montaje e instalación del sistema de riego, se presentaron dificultades con el sistema de filtrado; debido a que se taponaba por algas presentes en el reservorio, lo que impidió el correcto funcionamiento del sistema en general.

La preparación de la mezcla fue dispendiosa debido a que solo se contaba con un tanque lo cual hacía que la mezcla de las diferentes fuentes se calcificase.

## **CONCLUSIONES**

- Una variable importante en la selección del lote para implementación de un sistema de riego por goteo, es la entrada de maquinaria que permita realizar labores como la siembra debido a que su precisión en las distancias es un complemento con el montaje de las líneas laterales del sistema.
- Se debe hacer mayor seguimiento a la fuente de agua de la cual se va a abastecer el sistema, evaluar qué cambios puede tener en el desarrollo del ciclo productivo para así poder tomar correctivos antes de empezar el montaje.
- En los planes de fertilización se debe tener en cuenta las condiciones climáticas cambiantes a las que se ve sometido el cultivo, por lo cual es necesario tener una fertilización al suelo que pueda mitigar las necesidades nutricionales cuando no se puede llevar a cabo los pulsos de fertirriego por exceso de humedad en el suelo.
- En esta parcela piloto de riego no se llevó a cosecha, debido a los costos de mano de obra eran muy altos por las calidades del tubérculo que se evaluaron los cateos previos.

## **PARCELA DEMOSTRATIVA DEPARTAMENTO DE BOYACÁ:**

La asociación beneficiada el Grupo agroindustrial CAMVER S.A.S:



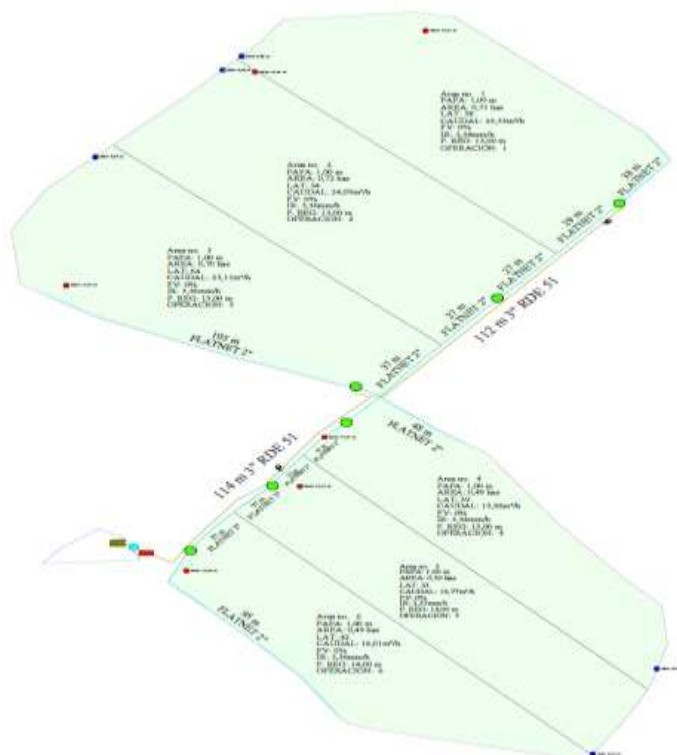
Representante legal: Yolanda Corredor Sánchez  
 Municipio: Toca  
 Vereda: Tuaneca Abajo  
 Coordenadas: N 5° 35' 3.32" W 73° 11' 57.71"  
 Altura: 2.750 msnm  
 Variedad: Diacol Capiro, 120 Bultos de semilla certificada  
 Área: 3.5 Ha

**IMAGEN 18. PARCELA PILOTO FERTIRRIEGO TOCA**



Fuente: FNFP.

**IMAGEN 19. DISEÑO SISTEMA FERTIRRIEGO TOCA**







**TABLA 28. ENTREGA DE SEMILLA Y ANÁLISIS DE SUELO A LA PARCELA PILOTO DE RIEGO**

MUNICIPIO	VEREDA	TOMA DE ANÁLISIS DE SUELOS	ENTREGA AL PRODUCTOR		FECHA DE SIEMBRA
			ANÁLISIS DE SUELOS	ENTREGA DE SEMILLA	
Toca	Tuaneca abajo	16-02-2018	17-05-2018	17-05-2018	2-06-2018

La parcela demostrativa de fertirriego, se encuentra ubicada en el municipio de Toca Boyacá, vereda Tuaneca abajo, con una altura sobre el nivel del mar de 2.696, el terreno es completamente plano y sin inclinaciones. La recepción del material necesario para el montaje del sistema se realizó el día 9 de junio de 2018, su posterior instalación empezó el día 18 de junio y se finalizó el día 21 de junio de 2018.

1. Instalación de línea principal: Se extendió la tubería principal de 3" en PVC a lo largo del predio, iniciando en el sitio dispuesto para el montaje del cabezal de bombeo y hasta el final del lote; se fijaron cada uno de los tubos correspondientes a esta línea con tornillos para su posterior desmontaje con más facilidad.
2. Montaje de válvulas: Según el diseño por parte de NETAFIN, el lote se dividió en 6 sectores, cada uno de ellos con una electro válvula de 2"; para la elaboración de estas, se utilizaron bujes reductores de 3" a 2", tubos de 2", codos y adaptadores para manguera Flexnet.



**IMAGEN 20. MONTAJE ELECTROVÁLVULA**



Fuente: FNFP.

3. Tendido línea Flexnet y Dripnet: Posterior al montaje de las válvulas, se extiende a lo largo de la línea principal en PVC, una línea de manguera flexnet, pre perforada a un metro de distancia; esta se acopla a las electroválvulas por medio de adaptadores y abrazaderas. A esta línea, posteriormente se acopla la línea de goteros Dripnet lo cuales se encuentran con un espaciado de 0.30 (m) y con una descarga de 1 L/h.

**IMAGEN 21. GOTERO DE LA LÍNEA DRIPNET A 0.30 M DE DISTANCIA.**



Fuente: FNFP.



Posterior al tendido de las líneas de goteo, se procede a sujetar al suelo con ganchos de alambre cada una de ellas, para evitar así, que, por acción del viento, el sol y del mismo uso estas se contraigan, expandan y se caigan del surco por el cual se extendieron.

#### **IMAGEN 22. FINAL DE LÍNEA DE GOTEO.**



Fuente: FNFP.

4. Montaje cabezal de bombeo: Una vez extendida la línea principal, montadas las electroválvulas, acopladas a las electroválvulas la línea Flexnet y a esta las líneas Dripnet, se procede a montar el cabezal de bombeo.

#### **IMAGEN 23. CACETA DE BOMBEO**



Fuente: FNFP.





En este se tiene:

Una motobomba a gasolina de 13 hp, con una succión y descarga de 3" en manguera, un sistema de filtrado de malla reducido de 3" a 1.5", un registro de paso de agua por el sistema, un cheque y una válvula de paso de agua para el sistema de inyección de fertilizante, un registro para el llenado de un tanque de 1000 litros.

**IMAGEN 24. CABEZAL DE BOMBEO, CHEQUE Y VÁLVULA DE PASO PARA EL SISTEMA DE INYECCIÓN DE FERTILIZANTE.**



Fuente: FNFP.

En cuanto a la parte de la fertirrigación, se tiene un sistema de inyección por medio de un Venturi de 1.5" con rotámetro de 400 L/h, un filtro de anillos y un tanque de preparación de soluciones de 1000 litros. Dos manómetros instalados antes y después de la estación de filtrado y un cheque ubicado a la salida del sistema para evitar la descarga del mismo.

**IMAGEN 25. MANÓMETRO**



Fuente: FNFP.





**IMAGEN 26. ROTÁMETRO Y FILTRO DE ANILLOS**



Fuente: FNFP.

El sistema de fertiriego, se terminó de instalar el día 21 de junio de 2018, a partir de ese día, se procedió a hacer monitoreos semanales de la humedad del lote para hacer las recomendaciones respectivas de frecuencia y tiempo de riego. De manera general, las características de cada módulo se describen a continuación.

**TABLA 29. GENERALIDADES VÁLVULAS DE RIEGO.**

Modulo	Área (ha)	Número de plantas	Líneas totales	Longitud máxima (m)	Longitud mínima (m)	Caudal (m <sup>3</sup> /h)
1	0.71	17,750	41	128	99	23.53
2	0.72	18,000	53	131	97	24.09
3	0.7	17,500	72	129	9	23.11
4	0.49	12,250	37	140	12	15.96
5	0.5	12,500	34	152	136	16.77
6	0.49	12,250	34	152	121	16.01



**IMAGEN 27. DESCARGA DE AGUA POR MEDIO DEL GOTERO.**



Fuente: FNFP.

### **MANEJO AGRONÓMICO DEL LOTE.**

**PREPARACIÓN DEL SUELO:** Para esta labor, se utilizó en primera instancia un pase de rastra, seguido de dos pases de cincel rígido y por último un pase nuevamente de rastra; con esta mecanización, el suelo quedo listo para la siembra.

**SIEMBRA:** Como complemento al primer apartado, la sembradora mecánica utilizada para esta labor, garantiza la siembra lo más homogénea posible, depositando los tubérculos a 40 cm entre sitios y a 1 m entre surcos y con una profundidad de 40 cm aproximadamente, de igual forma, la surcada con este implemento, favoreció el montaje de las líneas de goteo posteriormente debido a la homogeneidad del mismo.

**IMAGEN 28. SIEMBRA MECANICA DE LA PARCELA PILOTO DE RIEGO**



Fuente: FNFP.



**MONITOREOS PLAGAS, ENFERMEDADES Y RIEGO:** los monitoreos para estas variables, se iniciaron inmediatamente hubo emergencia de las plantas y se efectuaron una vez por semana y hasta el final de la senescencia, en estos monitoreos, se realizaron trayectos en zigzag por el lote, se evaluaron 5 plantas por válvula de riego donde se tomaban datos de SPAD (medidor de clorofila), TDR (medidor de humedad), incidencia y severidad de plagas y enfermedades, con estos últimos, y con el registro de la temperatura, la humedad relativa (termo higrómetro) y la precipitación (pluviómetro), se programan las aplicaciones de productos para la protección del cultivo, para este ensayo, se efectuaron 15 aplicaciones en total, incluyendo la desinfección del suelo y aplicaciones para el control de arvenses.

**IMAGEN 29. BROTACION DE LA SEMILLA 10 DIAS DESPUES DE SIEMBRA (DDS)**

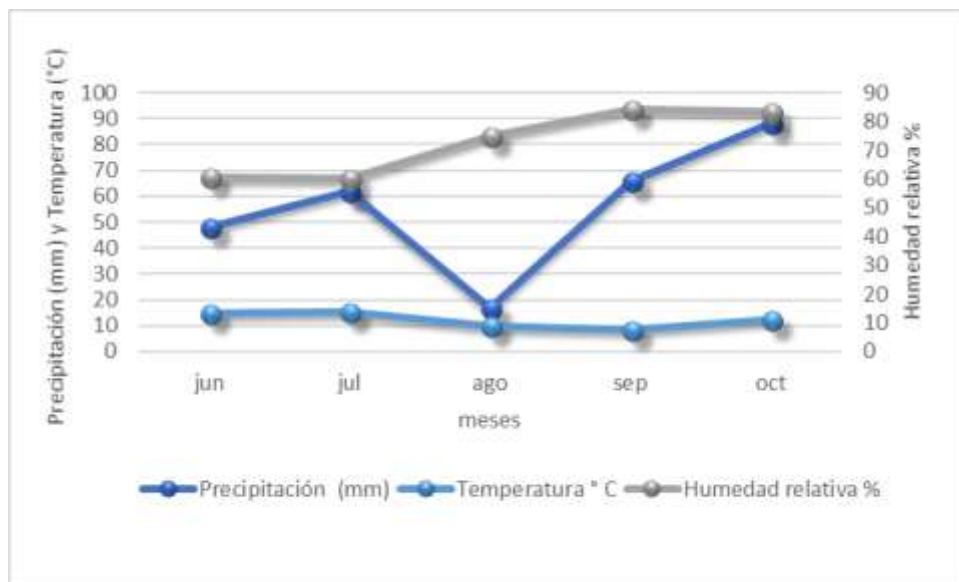


Fuente: FNFP.





**GRÁFICO 7. SEGUIMIENTO DE HUMEDAD RELATIVA, PRECIPITACIÓN Y TEMPERATURA A LA PARCELA PILOTO DE RIEGO**



La anterior gráfica, demuestra el comportamiento climático de la zona de instalación de la parcela; esta, caracterizada por largos periodos de sequía con precipitaciones bajas por debajo de los 20 mm mensuales, humedades relativas por debajo del 70% en promedio y con temperaturas promedio de 23°C, condiciones favorables para la incidencia y severidad tanto de gota como de polilla guatemalteca.

**IMAGEN 30. ESTADO GENERAL DE LA PARCELA PILOTO DE RIEGO TOCA 30 DDS**



Fuente: FNEP.





**IMAGEN 31. ESTADO GENERAL DE LA PARCELA PILOTO DE RIEGO TOCA 60 DDS**



Fuente: FNFP.

Para el monitoreo del riego, se tomaron en cuenta los datos proporcionados por el pluviómetro, sistema portátil para la medición de la humedad en el suelo (TDR 300) y los datos de los monitoreos organolépticamente realizados en el lote; de acuerdo a esto, se toma la decisión de la cantidad de agua a suplir en una escala de 0 a 3 mm de evapotranspiración, con el dato de agua a aplicar, se reemplaza en una matriz de datos en Excel, la cual nos arroja el tiempo, la frecuencia, la cantidad de solución madre a preparar y la rata de inyección por válvula. El fertilizante utilizado correspondió a 3 formulaciones líquidas, especialmente elaboradas para este lote, su preparación se basó en el análisis de suelo y los requerimientos nutricionales del cultivo y la aplicación fue con base al ciclo fenológico del mismo; a continuación, se detalla la información de las formulaciones aplicadas.

**TABLA 30. APOORTE NUTRICIONAL DE LAS SOLUCIONES DE FERTILIZANTE INYECTADAS A LA PARCELA.**

ELEMENTO	SUMINISTRO		MES 1	MES 2	MES 3	TOTAL
	UNIDADES IDEALES	SIEMBRA	DESYERBA DIFERENCIACIÓN / VEGETATIVO	FLORACIÓN TUBERIZACIÓN	LLENADO	
P	194	85%	10%	3%	3%	100%
N	336	40%	40%	15%	5%	100%
K	504	35%	20%	25%	20%	100%
Ca	198	28%	32%	20%	20%	100%
Mg	86	78%	20%	10%	10%	118%
S	117	52%	13%	15%	20%	100%
B	4.5	12%	20%	30%	38%	100%



En el desarrollo del cultivo el día 16 de agosto, se presentó una fuerte helada en la zona registrando una temperatura mínima de  $-1\text{ }^{\circ}\text{C}$  en el cultivo, con una incidencia del 100% y severidad de 50% en las plantas. El cultivo con 74 dds se encontraba en fase de producción de estolones y tuberización, ocasionando un desorden fisiológico por el periodo de estrés y por ende castigando el rendimiento de las plantas en el número y tamaño de tubérculos de la producción final. No obstante, es de resaltar que las plantas se pudieron llevar a cosecha debido a la fortaleza nutricional del cultivo en general y a la disponibilidad de agua por el goteo.

**IMAGEN 32. ESTADO DEL CULTIVO DESPUES DE LA AFECTACION POR HELADA 16 DE AGOSTO**



Fuente: FNFP.



**COSECHA:** Se adelantó la labor de cosecha de la parcela; para este ejercicio en primera instancia, se contó con una cosechadora mecánica de un surco, la cual facilitaría el trabajo a realizarse, sin embargo, luego de pruebas en el lote, se decide no utilizarla, principalmente por que las condiciones del suelo no fueron las óptimas; se necesitaba que el suelo estuviera completamente seco para evitar la compactación (el suelo se encontraba cercano a capacidad de campo), de igual forma debido a esto y a la textura arcillosa del suelo, al momento de hacer la labor con la máquina, se extrajeron terrones de suelo que eran difíciles de fracturar para poder sacar los tubérculos y estos a su vez, se depositaban en los tubérculos que la maquina extraía con facilidad.

De esta experiencia podemos concluir que para una óptima utilización del implemento se debe tener un suelo con una textura más arenosa y este debe estar lo bastante seco (punto de marchites permanente) para que no se presenten estas limitantes, esto aplicaría solo para la cosechadora con la que se contaba. Debido a esta situación, se procede a hacer la cosecha de la forma tradicional, con ganchos y demás herramientas utilizadas para este fin.

**TABLA 31. DATOS DE COSECHA PARCELA PILOTO DE RIEGO.**

CALIDAD	Nº BULTOS	TOTAL Kg	TOTAL Ton/Ha
CERO	364	18.200	18,2
PRIMERA	1.356	67.800	67,8
PAREJA	186	9.300	9,3
<b>TOTAL</b>	<b>1.906</b>	<b>95.300</b>	<b>95,3</b>

Como resultado de la labor de cosecha se obtuvo una producción total de 26.4 Ton/Ha de papa, de los cuales, 23.8 toneladas es decir el 86% corresponden a calidades comerciales (cero, gruesa y primera), el 14 % restante (pareja) corresponden a calidades no comerciales.

**TABLA 32. DATOS COSECHA TESTIGO.**

TESTIGO			
CALIDAD	Nº BULTOS	TOTAL kg	TOTAL Ton/Ha
CERO	11	550	3.5
PRIMERA	12	600	3.9
PAREJA	6	300	1.9
DESCARTE	46	2300	14.8
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>3.750</b>	<b>24.2</b>





El lote testigo, obtuvo un total de 24.2 Ton/Ha, de estas, 7.4 Ton/Ha equivalentes al 30.6% corresponden a calidades comerciales (cero, gruesa y primera) y 16.8 Ton/Ha correspondientes al 69.33% son de calidad no comercial (pareja, riche y descarte); este resultado de la parcela testigo es debido a la falta de humedad en el suelo la cual se realizaba por aspersion, acarreo un ataque con mayor incidencia y severidad de *Tecia solanivora* (polilla guatemalteca) en el lote testigo y de igual forma, el fenómeno de la helada fue determinante para esta producción.

### DIFICULTADES O LIMITANTES

A lo largo del ciclo del cultivo se presentaron dificultades en el filtrado del agua con el sistema de riego debido a la alta presencia de algas en el reservorio. Es importante contar con un manejo de agua y aumentar el filtrado para mayor eficiencia. condiciones ambientales propicias para heladas tal como ocurrió el día 16 de agosto, manejo de la mano de obra para la cosecha de los tubérculos.

### CONCLUSIONES

- Con el trabajo hecho, los agricultores de la asociación CAMVER, se evidencio el cambio en la forma como se está llevando el manejo en la parcela piloto de riego versus el manejo tradicional con aspersion.
- por parte de ellos; resaltaba la vigorosidad de la semilla certificada, la optimización del recurso hídrico, las aplicaciones de protección basadas en dosificación por hectárea y los fungicidas utilizados según monitoreos y la rotación de estos.
- Las condiciones climáticas soportadas por la parcela de fertiriego, (helada presentada el 16 de agosto), fueron limitantes en la producción total del lote, debido al estrés sufrido, las plantas requirieron de mucha más energía para poder sobrepasar este efecto, esta energía seria la que más tarde se utilizaría para el llenado de tubérculos.
- La homogeneidad de los tubérculos cosechados en la parcela piloto de riego vs el testigo, fue evidente, mientras que en la parcela encontrábamos 3 tamaños o calidades diferentes, el lote testigo presentaba hasta 5 tamaños; de igual forma, la sanidad de los tubérculos en la parcela de fertiriego era superior al testigo.





- Si bien los costos de producción apenas fueron cubiertos por el rendimiento del cultivo, se evidencia en las calidades del tubérculo obtenido 86% (cero, gruesa y primera), el potencial que tiene la fertiirrigación frente al manejo que se tienen del cultivo actualmente sin riego.

## **EXTENSIÓN RURAL CON PRODUCTORES DE GRANDES EXTENSIONES DE LA SABANA**

En la implementación de los procesos de extensión rural con agricultores de más de 10 hectáreas sembradas en el año, se realizó con el acompañamiento de dos especialistas en temas clave para el cultivo de papa, como nutrición vegetal y manejo integrado de plagas y enfermedades. Realizando una prueba piloto en 20 productores con estas características en la sabana norte de Cundinamarca.

**TABLA 33. PRODUCTORES SELECCIONADOS.**

Nº	PRODUCTOR
1	Ángel Custodio Guevara Castro
2	Carlos Arturo Pedraza
3	Cristian Camilo Orjuela
4	Edgar Mauricio Sandoval
5	Giovanny Rodríguez Sastoque
6	Jaime Suarez
7	Jorge Elías Castro
8	José Omar Orjuela Cuervo
9	José Ramón López
10	José Vicente Gómez
11	Luis Eduardo Colmenares
12	Luis Humberto Suarez
13	Manuel Antonio Contreras
14	Marco Guevara Castro
15	Nelson García Pinzón
16	Néstor Armando Chavarrio
17	Rodolfo Garzón Rodríguez
18	Siervo Orjuela
19	Saúl Chavarrio
20	Uriel López García

Como herramientas de diagnóstico para el desarrollo de la actividad, se tomaron e interpretaron 20 muestras de análisis de suelo y 20 muestras de análisis microbiológico de



suelo, para la implementación y seguimiento de planes de fertilización especializados en la búsqueda del incremento de los rendimientos en variedades Diacol Capiro y Superior. Inicialmente se contaba con 20 productores, de los cuales 15% es decir (3) se retiraron debido a cambios en la decisión de siembra por la variación de los precios y condiciones climáticas de la zona.

N°	PRODUCTOR
1	Cristian Camilo Orjuela
2	José Vicente Gómez
3	Siervo Orjuela

### OBSERVACIONES GENERALES

Los agricultores de la región se caracterizan por ser tradicionalistas, lo que dificulta que se ejecuten las respectivas recomendaciones a cabalidad, debido a que el acompañamiento técnico debe tener un proceso de tiempo para generar confianza en el productor y su inversión. La mayoría de lotes están afectados por patógenos de suelo como Rhizoctonia, Spongospora, Rosellinia, Streptomices y Nematodos tal como lo reporta el análisis microbiológico, lo que influye directamente en el rendimiento y la calidad de la producción.

**TABLA 34. RESULTADOS DEL ANÁLISIS MICROBIOLÓGICO DE SUELO**

N°	PRODUCTOR	<i>Spongospora subterranea</i> (Quistosoros por g/suelo tamizado)	Grupo <i>Erwinias</i> de pudrición ( <i>Pectobacterium</i> sp.) (UFC/g)	<i>Rhizoctonia</i> sp (Residuos de Materia Orgánica (+) /80 g)	Nematodo <i>Meloidogyne</i> sp / 100 g de suelo
1	Jorge Castro Molina	4600	0	0	0
2	Uriel López García	3600	0	0	0
3	Rodolfo Garzón	1500	0	0	0
4	Vicente Gómez	1000	0	0	0
5	Giovanny Rodríguez	1800	0	23	0
6	Néstor Chavarrio	1800	0	0	40
7	Siervo Orjuela	1200	0	0	0



N°	PRODUCTOR	<i>Spongospora subterranea</i> (Quistosoros por g/suelo tamizado)	Grupo <i>Erwinias</i> de pudrición ( <i>Pectobacterium sp.</i> ) (UFC/g)	<i>Rhizoctonia sp</i> (Residuos de Materia Orgánica (+) /80 g)	Nematodo <i>Meloidogyne sp</i> / 100 g de suelo
8	Marco Guevara	700	0	16	0
9	Cristian Orjuela	4100	0	0	0
10	José Ramón López	1600	0	7	0
11	Saul Chavarrio	0	0	23	0
12	Luis Colmenares	1100	0	0	0
13	Edgar Sandoval	0	0	0	0
14	Omar Orjuela	0	0	36	21
15	Luis Suarez	0	0	20	0
16	Nelson García	2900	0	49	22
17	Arturo Pedraza	100	0	0	20
18	Jaime Suarez	0	0	0	50
19	Manuel Contreras	0	0	0	0
20	Custodio Guevara	2400	0	16	10

Análisis	Método
<i>Spongospora subterranea</i>	Tamizado y tinción especial
<i>Pectobacterium sp</i> (Grupo <i>Erwinias</i> de pudrición)	Detección, identificación y/o enumeración de Unidades Formadoras de Colonia (UFC) por siembra en superficie de placa en medio selectivo MS. Confirmación de géneros y/o especies por pruebas bioquímicas, patogenicidad y respuesta de hipersensibilidad
<i>Rhizoctonia sp</i>	Tamizado y detección, identificación y enumeración en residuos de materia orgánica sembrados en medio selectivo Acido Gálico.
Recuento de Nemátodos Fitopágenos en Suelo	Tamizado, extracción e identificación de Genero por claves taxonómicas

Fuente: Laboratorio Sanidad de Vegetal Agroidea

### IMAGEN 33. EVALUACION FITOSANITARIA DEL CULTIVO EN LA COSECHA



Fuente: FNNP lote de 6,4 hectáreas José Ramón López

Los planes nutricionales desarrollados con base en los resultados de análisis de suelos, con recomendaciones de productos en mezclas físicas con lo cual se pueden balancear mejor los requerimientos nutricionales, no obstante, los productores deben apropiarse de la transferencia de tecnología para poder integrar los conocimientos con el resultado esperado del rendimiento del cultivo.

En términos generales los análisis de suelos reportan deficiencias en fósforo (P), magnesio (Mg), calcio (Ca) que es dato normal, por el origen taxonómico de nuestros suelos paperos. No obstante, elementos como el potasio (K) y nitrógeno (N) se encuentran en rangos adecuados para el cultivo. Dentro del manejo tradicional de la fertilización en especial para la variedad Diacol Capiro, se realizan aplicaciones innecesarias por las cantidades de estos elementos, lo que conlleva a realizar desbalances químicos en el suelo si no se realiza un adecuado balance de las relaciones catiónicas Ca/Mg, Ca/K, Mg/K y (Ca+Mg)/K. Como ejemplo esta la recomendación que se realizó en el cultivo del productor Rodolfo Garzón donde la fuente de fósforo (P) es fosfato monoamónico (MAP) 1000 Kg, Kieserita (Mg) 400 Kg, cloruro de potasio (KCL) 300 Kg, en las cantidades necesarias para el desarrollo de las plantas como se evidencia en las imágenes xx y xx, donde se puede observar la formación buena formación de estolones y posteriormente su tuberización en las etapas fenológicas adecuadas, dando como resultado tubérculos bien formados y con tamaños homogéneos que conllevan a producciones de 2 Kg por planta.





**TABLA 35. RECOMENDACIONES DE FERTILIZACIÓN DE ACUERDO A RESULTADOS DE ANÁLISIS DE SUELOS**

Agricultor		Municipio		Cultivo		RODOLFO GARZÓN							Villapinzón		Papa.	
Producto	Kgs/ha	Bultos / ha	N	P2O5	K2O	CaO	MgO	S	B	Cu	Mn	Zn				
<b>ENCALADO</b>																
Cal Dolomita	1000	20														
<b>SIEMBRA</b>																
MAP	700	14	84	364												
KCL	100	2			60											
Núcleo Menores	200	4		6		10	20	10	2	8	4	6				
Novatec 45	100	2	45													
<b>REABONE</b>																
KCL	200	4			120											
MAP	300	6	36	156												
NITRABOR	200	4	31			53										
Kieserita	400	8			12		96	76								
Novatec 45	100	2	45													
<b>TOTAL</b>	<b>2300</b>	<b>46</b>	<b>241</b>	<b>526</b>	<b>192</b>	<b>63</b>	<b>116</b>	<b>86</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>6</b>				

\*El núcleo de elementos menores se hace bajo una formulación única para el lote.  
 \*\*El fertilizante Novatec 45 es recubierto con la tecnología DMPP para evitar el lavado de nutrientes por fuertes lluvias.

Fuente: FNFP.

**IMAGEN 34. EVALUACIÓN NUTRICIONAL DEL CULTIVO ESTOLONIZACIÓN, TUBERIZACIÓN Y LLENADO**



Fuente: FNFP lote de 3 hectáreas Rodolfo Garzón Rodríguez



### IMAGEN 35. EVALUACIÓN NUTRICIONAL DEL CULTIVO EN CATEOS PRE COSECHA



Fuente: FNFP lote de 3 hectáreas Rodolfo Garzón Rodríguez

### RECOMENDACIONES GENERALES

- Es fundamental el uso de semilla de calidad integral, debe cumplir parámetros fisiológicos, físicos, fitosanitarios y genéticos para que las variedades establecidas pueden expresar su máximo potencial acompañadas de un manejo nutricional adecuado.
- Se debe realizar desinfección del suelo y de la semilla en el momento de la siembra, este manejo es netamente preventivo y debido a que muchos patógenos de suelo permanecen por largos periodos de tiempo y están presentes en la mayoría de suelos paperos del país.
- En las condiciones climáticas presentadas en la región durante el periodo en el que se ejecutó el proyecto es posible realizar aplicaciones para el manejo de *Phytophthora* cada 10 y 12 días en las variedades Diacol Capiro y Superior respectivamente, siempre y cuando se haya realizado el manejo apropiado en las fases iniciales del cultivo, de acuerdo a esto en algunos casos será necesario hacer aplicaciones adicionales exclusivamente para el control de plagas, práctica que no acostumbra a realizar el productor de la región.
- En las fases iniciales del cultivo se recomienda trabajar con productos sistémicos, debido a que el cultivo está en rápido crecimiento vegetativo y se están generando brotes nuevos constantemente, si se manejara con productos protectantes estos estarían descubiertos. Se recomienda realizar aplicaciones en bloque, es decir dos aplicaciones seguidas con las mismas moléculas, iniciando





cuando el 85% del cultivo ya ha emergido; posterior a esto se rotan por ingredientes que tengan diferente mecanismo de acción sobre el patógeno.

- No se recomienda aplicar moléculas altamente sistémicas cuando no sea necesario, estas afectan el comportamiento natural de la planta lo que se ve reflejado en el rendimiento final, el agricultor normalmente no percibe este impacto.
- Si el cultivo es manejado apropiadamente para el control de Gota en las fases iniciales, posterior a la floración no es necesario trabajar con moléculas sistémicas, la planta ya finalizo su crecimiento vegetativo, sin embargo, la sanidad del cultivo mediante esta práctica se garantiza mediante el manejo adecuado de equipos de aplicación, asegurando una cobertura apropiada.

### 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 36. PARCELA PUPIALES– DEPARTAMENTO DE NARIÑO



Fuente: FNFP.



**IMAGEN 37. PARCELA CARMEN DE VIBORAL- DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA**



Fuente: FNFP.

**IMAGEN 38. PARCELA VENTAQUEMADA - DEPARTAMENTO DE BOYACÁ**



Fuente: FNFP.





**IMAGEN 39. PARCELA FIRAVITOBA - DEPARTAMENTO DE BOYACÁ**



Fuente: FNFP.

**Cartilla Institucional:** Se realizó una publicación en la cartilla informativa donde se muestra todos los proyectos y alcances del Fondo Nacional del Fomento de la Papa.

**IMAGEN 40. CARTILLA INSTITUCIONAL**



Fuente: FNFP.

**Publicación Periódico:** Se realizó un publrreportaje de una (1) página en el periódico EL AGRO, el cual es de circulación nacional para la edición del mes de junio y julio de 2018,



mediante el cual se presentan sus alcances, la población objeto, los beneficios y como poder acceder a este.

Este periódico cuenta por edición con 120.000 ejemplares, distribuidos en 80 municipios en más de 1000 almacenes agropecuarios, además de los principales eventos agro del país. Igualmente lo reciben universidades, profesores, estudiantes y productores del campo.

### IMAGEN 41. PERIÓDICO EL AGRO



Fuente: Periódico el Agro.



## MARCO LÓGICO

MARCO LÓGICO					
PROYECTO	IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS MEDIANTE EXTENSIÓN RURAL EN EL SECTOR PRODUCTIVO PAPA "ITPA"				
PROGRAMA	INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA				
OBJETIVO GENERAL:	Impactar en el desarrollo socioeconómico de los productores de papa, mediante la extensión rural y capacitación, mejorando la productividad y calidad de los cultivos de papa				
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Brindar el servicio de extensión rural a través de demostración de método, propendiendo por el uso eficiente del agua, aumento de cobertura de extensión rural, aumento de la calidad y cantidad de tubérculos cosechados, disminución de costos de producción, esquemas de producción más limpia, fortalecimiento del trabajo de las asociaciones a través de implementación de parcelas de sistemas de fertilización.				
VALOR PROYECTO:	FNFP:				\$ 1.362.344.743
	FEDEPAPA:				\$ 154.228.264
	TOTAL PROYECTO:				\$ 1.516.573.007
ACCIONES	INDICADOR ECONÓMICO	TIPO DE INDICADOR	METAS	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS*
					*Eventos que pueden llevar al no cumplimiento de la acción
<b>1.1 Contar con un equipo técnico especializado conformado por 25 extensionistas en el sistema productivo papa dando continuidad al proceso de capacitación brindando el servicio de extensión rural</b>					
Selección y contratación de personal	# director contratado del proyecto*100/# de director a contratar	Gestión	1	contratos	Disponibilidad del recurso económico por parte del Fondo Parafiscal, cumplimiento del perfil de los profesionales
	# asistente administrativo contratada*100/ # de asistente a contratar	Gestión	1		
	# de profesionales contratados como extensionistas*100/# de extensionistas a contratar	Gestión	23		
	# de profesionales contratados como coordinadores*100/# de coordinadores a contratar	Gestión	2		
Capacitación al recurso humano	# cursos de capacitación realizados *100/# cursos de capacitación planeados	Gestión	1	Listas de capacitación y fotografías	Disponibilidad de recursos económicos por parte del Fondo Parafiscal, cumplimiento del perfil.
<b>1.2 Brindar el servicio de extensión rural a 12.220 a productores de papa de los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia, Cauca, Santander, Norte de Santander, Tolima, Caldas y Distrito Capital.</b>					
Identificación y selección de productores	# productores seleccionados*100/# productores a seleccionar	Impacto	4.600	Actas de compromiso firmadas	Cumplimiento del perfil del beneficiario, disponibilidad de





Montaje de parcelas demostrativas para la extensión rural	# parcelas montadas*100/# de parcelas proyectadas a montar	Gestión	46	Contrato de coresponsabilidad, acta de conformación del núcleo y actas de compromiso	los productores.
Realización de visitas de extensión rural a productores	# visitas realizadas a productor líder con parcela demostrativa*100/# visitas proyectadas por productor	Gestión	460	Actas de visita	Disponibilidad de los productores y condiciones climáticas
	# visitas realizadas a productores líderes*100/# visitas proyectadas	Gestión	18.216		
Realización de talleres de capacitación y días de campo a productores	# productores capacitados*100/# de productores a capacitar	impacto	6.900	Listas de capacitación y fotografías	Disponibilidad de los productores y condiciones climáticas
	# talleres de capacitación realizados*100/# talleres programados	Gestión	460		
	# días de campo realizados*100/# días de campo proyectados	Gestión	184		

**1.3 Implementar, validar y transferir tecnología a productores de papa sobre un sistema de fertirriego en los departamentos de Boyacá y Cundinamarca.**

Montaje de parcelas demostrativas de fertirriego	# parcelas demostrativas de fertirriego montados*100/#parcelas de fertirriego proyectadas	Impacto	2	Fotografías, acta de instalación, acta de entrega del sistema.	Disponibilidad de los recursos económicos por parte del Fondo Parafiscal, disponibilidad del terreno, condiciones climáticas.
Realización de eventos grupales para la transferencia de tecnología	# giras de agricultores realizadas*100/# giras programadas	Gestión	6	Listas de capacitación y fotografías	Disponibilidad de los productores y condiciones climáticas
	# Agricultores participantes en las giras*100/# agricultores a capacitar	Gestión	720		

**1.4 Acopiar información sobre variables de interés (área sembrada, producción, costos de producción y precios de los productores con proceso de extensión rural)**

Recolección y envío de información anual de costos de producción	# reportes de costos de producción enviados al SI*100/# reportes de costos de producción a realizar	Gestión	23	Costos de producción individual	Disponibilidad de los productores, disponibilidad de datos de internet, calidad de la señal de internet en las zonas
Recolección y envío de información semanal de precios pagados al productor	# reportes de precios enviados al SI*100/# registros de precios a realizar	Gestión	1.012	Registros de precios semanales en la plataforma	
Recolección y envío de información semestral de área sembrada	# reportes de áreas enviados al SI*100/# registros de áreas a realizar	Gestión	46	Registro de áreas semestral en la plataforma	





## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>\$1.005.404.442</b>	<b>\$994.220.284</b>	<b>98,89%</b>
NÓMINA	\$977.038.392	\$972.264.684	99,51%
DOTACIÓN	\$660.450	\$650.000	98,42%
HONORARIOS	\$27.705.600	\$21.305.600	76,90%
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$280.633.013</b>	<b>\$277.974.959</b>	<b>99,05%</b>
CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN	\$69.237.952	\$68.967.322	99,61%
MUEBLES, EQUIPO DE OFICINA Y SW	\$1.424.406	\$1.424.406	100,00%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$200.672.382	\$198.718.816	99,03%
CORREO	\$2.301.917	\$1.960.414	85,16%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$6.600.000	\$6.597.433	99,96%
TRANSPORTE, FLETES Y ACARREOS	\$396.356	\$306.568	77,35%
<b>ESTUDIOS Y PROYECTOS</b>	<b>\$90.149.500</b>	<b>\$90.149.500</b>	<b>100,00%</b>
TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA	\$90.149.500	\$90.149.500	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$1.376.186.955</b>	<b>\$1.362.344.743</b>	<b>98,99%</b>

## CONTRAPARTIDA FEDEPAPA

ÍTEM	CONTRAPARTIDA	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>\$85.145.064</b>	<b>\$85.145.064</b>	<b>100,00%</b>
NOMINA	\$85.145.064	\$85.145.064	100,00%
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$69.083.200</b>	<b>\$69.083.200</b>	<b>100,00%</b>
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$69.083.200	\$69.083.200	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$154.228.264</b>	<b>\$154.228.264</b>	<b>100,00%</b>

De la totalidad de la contrapartida que brinda la Federación al FNFP, al programa de investigación y transferencia de tecnología se le asignó el 40% para la vigencia 2018, teniendo en cuenta las características, metodología y duración en la ejecución del proyecto, discriminada así:

El rubro de servicios personales está compuesto por: Director FNFP, Ingenieros Agrónomos, Directo de Talento Humano y Jurídico, Recepcionista, Comunicaciones, Tesorería, Director Contable y Financiero, Asistente de Archivo, Mensajero, Servicios generales e Ingeniero de Sistemas.

El rubro de gastos generales en Materiales y Suministros compuesto por: Equipos de escáner - digitalización - archivadores, Pauta publicitaria, Administración Pagina WEB, Auditorios, Cafetería, Sistema Contable SAP y Equipos de asistencia técnica.



## 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” apoyada bajo 3 pilares: Las papas son buenas porque, yo apporto al campo y un mejor sector, cuyo objetivo es incentivar el consumo de la papa, la campaña se desarrolla a través de medios masivos (ATL), medios digitales (TTL) y no convencionales (BTL) que comprende a su vez acciones de activación, toma de canales y digital.

#### COBERTURA

Nacional

#### OBJETIVO GENERAL

Dar continuidad a la campaña **una papa bien preparada te soluciona**, fomentando el consumo de papa, mostrando nuevos momentos y beneficios del alimento.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

**Objetivo Específico 1:** Contar con las 3 agencias aliadas en medios ATL, BTL y TTL para el desarrollo de las acciones.

**Meta:** Contratación tres agencias ATL/BTL/TTL

**TABLA 36. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO**

META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% DE CUMPLIMIENTO
Tres (3) agencias BTL/ATL/TTL	Tres (3) agencias BTL/ATL/TTL	100%

#### AGENCIA ATL

Se realizó una convocatoria para la contratación de proveedor ATL, para la compra y manejo de medios masivos y multimedia, por medio de la página web del administrador.



- Se presentaron dos proveedores que cumplieran con los requisitos legales.
- Se evaluaron los siguientes criterios: estrategia 40%, optimización de presupuesto 20%, y desempeño técnico 40%.
- Como resultado del proceso Caracol fue el proveedor con mejor oferta en mezcla de medios y valor.

### AGENCIA BTL

Se realizó una convocatoria para la contratación de proveedor de logística de las acciones BTL en Fruver, de la campaña “Una papa bien preparada” y logística de talleres a nivel nacional.

- Se presentaron tres proponentes con los requisitos legales.
- Se evaluaron los siguientes criterios: estrategia 40%, creatividad 30%, y presupuesto 30%.
- Fue elegida la agencia P&A, el proponente con mejor oferta, logística y valor, que cuenta con experiencia, responsabilidad y cumplimiento.

### AGENCIA TTL

Se realizó convocatoria para la contratación de proveedor para la compra y manejo de medios digitales de la campaña de consumo nacional “una papa bien preparada te soluciona”.

- Fue escogido el único proponente EDELMAN POSITION S.A.S. cumpliendo con todos los requisitos legales.
- Los factores que se tuvieron en cuenta fueron los siguientes: estrategia 50% y optimización de presupuesto 50%.

**Objetivo Específico 2:** Contar con espacios en medios para darle continuidad al plan de la campaña de consumo.

**Meta:** Selección y contratación de una central con mix de medios para desarrollo de la campaña 2018.

**TABLA 37. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO**

META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% DE CUMPLIMIENTO
Mix de medios.	Una (1) central de medios	100%



**TABLA 38. ESTRATEGIA DE ACCIONES EN MEDIOS MASIVOS (ATL)**

MEDIO	MEDIO	VALOR + IVA
Televisión	Caracol Tv	\$920.033.891
Radio hablada	La Kalle	\$92.934.409
Radio musical	Blu Radio	\$29.750.000
Revistas	Cromos	\$25.739.700
Digital	Caracol Next	\$111.860.000
<b>TOTAL ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN</b>		<b>\$1.180.318.000</b>

Fuente **CARACOL** / Campaña consumo 2018 / propiedad FNFP

**IMAGEN 42. MIX DE MEDIOS CARACOL**



El mix de medios elegido, con la central de Caracol, permitió obtener un alcance multimedia acumulado de 94% de un universo DANE de 44.202.013 que equivale a 41.549.892 habitantes con acceso a medios de comunicación, esto permitió mayor efectividad de la campaña y optimización del recurso.

### TELEVISIÓN

Como parte de la estrategia de pauta en televisión el Canal Caracol permitió alcanzar un mayor share de audiencia de 61.9%, frente a los canales de la competencia, además de la integridad de la comunicación de la campaña, con la unidad de medios de Caracol. Durante el año 2018 las acciones en televisión se enfocaron a poner de moda la papa entre los televidentes y generar afecto hacia el producto, mostrando su versatilidad y aporte nutricional. Las referencias que se tuvieron al aire son las siguientes:





**Ciclista:** Resalta las bondades nutricionales, muestra la papa como un sustituto de energizantes dirigido a público joven y deportista.

**CAPTURA DE PANTALLA 1. COMERCIAL DE TELEVISIÓN, REFERENCIA CICLISTA.**



Fuente: FNFP.

**Dieta:** Muestra la versatilidad de la papa, el mensaje habla del beneficio del consumo de papa dentro de una dieta saludable por ser libre de grasa y baja en calorías.

**CAPTURA DE PANTALLA 2. COMERCIAL DE TELEVISIÓN, REFERENCIA DIETA.**



Fuente: FNFP.

**Asado:** Esta referencia muestra un momento de consumo, con una receta, rápida y de fácil preparación, ideal para compartir con amigos, la difusión de esta pieza audiovisual se enfocó durante la transmisión del Mundial de Rusia 2018.

El canal Caracol permitió alcanzar mayor audiencia en todas las franjas horarias durante el 2018, llegando a más personas con la misma inversión que si la hiciéramos con la competencia.



**CAPTURA DE PANTALLA 3. COMERCIAL DE TELEVISIÓN, REFERENCIA ASADO.**



Fuente: FNFP.

**GRÁFICO 8. SHARE DE AUDIENCIA POR CANALES 2018**



**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.

Fuente: IBOPE Rating personas 2018.

**GRÁFICO 9. RESUMEN DE ALCANCE Y FRECUENCIA GENERAL 2018  
MARZO A DICIEMBRE - PERSONAS**

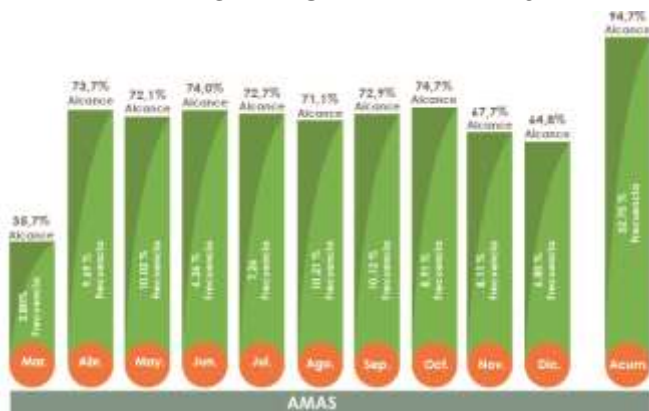


**Frecuencia:** Número promedio de veces que una persona estuvo expuesta a la campaña de publicidad.  
**Alcance:** % de personas del grupo objetivo que fueron contactados o alcanzados a lo largo de la campaña.

Fuente: IBOPE.



**GRÁFICO 10. RESUMEN DE ALCANCE Y FRECUENCIA GENERAL 2018  
MARZO A DICIEMBRE – AMAS**



**Frecuencia:** Número promedio de veces que una persona estuvo expuesta a la campaña de publicidad.  
**Alcance:** % de personas del grupo objetivo que fueron contactados o alcanzados a lo largo de la campaña.

**Fuente:** IBOPE.

**TABLA 39. AUDIENCIA POR CANALES, RESULTADOS TELEVISIÓN, ALCANCE Y AUDIENCIA GENERAL 2018**

**PERSONAS**

MES	% ALCANCE	ALCANCE IBOPE	ALCANCE DANE	FRECUENCIA	Nº. COMERCIALES	EVENTOS ESPECIALES
Marzo	27,30	5.331.312	12.067.149	2,70	15	
Abril	60,56	11.826.530	26.768.739	7,75	114	
Mayo	60,64	11.842.153	26.804.100	7,79	122	
Junio	64,79	12.652.591	28.638.484	5,64	63	Mundial Rusia
Julio	62,47	12.199.527	27.612.997	6,25	97	Rusia 2018 y Tour de Francia
Agosto	60,53	11.820.672	26.755.478	7,91	128	Vuelta a España
Septiembre	63,87	12.392.860	28.050.597	7,95	127	Vuelta a España
Octubre	63,46	12.472.928	28.231.826	7,08	105	
Noviembre	55,77	10.891.109	24.651.462	6,65	100	
Diciembre	51,09	9.977.170	22.582.808	5,41	76	
<b>TOTAL</b>	<b>91,18</b>	<b>17.825.721</b>	<b>40.303.395</b>	<b>35,41</b>	<b>947</b>	

**Fuente:** IBOPE / \*DANE Proyección Población > 4años 2018

**Universo Ibope Personas:** 19,528,617

**Universo Dane:** 44.202.013





## AMAS

MES	ALCANCE %	ALCANCE IBOPE	ALCANCE DANE	FRECUENCIA	Nº. COMERCIALES	EVENTOS ESPECIALES
Marzo	35,68	2.267.588	N/A.	2,80	15	
Abril	73,73	4.685.780	N/A.	9,69	114	
Mayo	72,05	4.579.029	N/A.	10,02	122	
Junio	74,04	4.705.501	N/A.	6,26	63	Mundial Rusia
Julio	72,71	4.620.975	N/A.	7,26	97	Rusia 2018 y Tour de Francia
Agosto	71,08	4.517.383	N/A.	10,21	128	Vuelta a España
Septiembre	72,90	4.633.050	N/A.	10,12	127	Vuelta a España
Octubre	74,72	4.784.717	N/A.	8,91	105	
Noviembre	67,74	4.305.114	N/A.	8,11	100	
Diciembre	64,80	4.118.226	N/A.	6,80	76	
<b>TOTAL</b>	<b>94,68</b>	<b>6.017.245</b>	<b>N/A.</b>	<b>52,75</b>	<b>947</b>	

Fuente: IBOPE Proyección Población > 4años 2018

Universo IBOPE Amas: 6.355.350

## RADIO

A través de este medio y de acuerdo al plan estratégico es importante continuar en la tarea de posicionar la papa haciendo uso de cuñas y menciones de radio a nivel nacional, en programaciones de música y eventos deportivos como el fútbol colombiano. La difusión de 914 formatos de radio, tipo cuña permitieron obtener una cobertura de 2.596.000 personas alcanzadas, una frecuencia de 33,5 y obtener 87.129.500 impactos.

**TABLA 40. INDICADORES DE RESULTADO RADIO**

DESCRIPCIÓN	META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% CUMPLIMIENTO
Cuñas 20" Mañanas Blu	25	25	100%
Cuñas 20" Blog Deportivo	51	51	100%
Cuñas 20" Voz Populi	25	25	100%
Transmisión fútbol profesional/ Salidas 10"	333	333	100%
La Kalle – Kallejiando / Cuñas de 20"	214	214	100%
La Kalle – Franja musical / Cuñas de 20"	264	266	101%
<b>TOTAL</b>	<b>912</b>	<b>914</b>	<b>100%</b>

Fuente EGM 2018-2, Audiencia nacional





**TABLA 41. INDICADORES DE RESULTADO RADIO BONIFICADOS**

MEDIO	DESCRIPCIÓN	META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% CUMPLIMIENTO
Radio	<b>Mañanas Blu</b> *Publireportaje	1	1	100%
	<b>Mañanas Blu</b> **Partidos	7	7	100%
	<b>La Kalle</b> Franja musical, cuñas 20"	44	44	100%

\* Pulireportaje x4 impactos

\*\*Cada partido x9 salidas.

Fuente EGM 2018-2, Audiencia nacional.

El resultado acumulado de la pauta convencional en radio más los bonificados entre abril y diciembre sumaron una cobertura de 2.662.400 personas alcanzadas, una frecuencia de 36,6 y 97.414.100 impactos.

## DIGITAL

Se pauto en formatos web de "Caracol Next" para mantener cautiva la audiencia, de esta manera la publicidad de "preparalapapa" tanto en video como en imagen fue invasiva y redireccionó la audiencia de los portales de Caracol, hasta la página web de la campaña de consumo [www.preparalapapa.com](http://www.preparalapapa.com).

Previo al mundial Rusia 2018 y durante el desarrollo del evento, se implementaron algunas estrategias de marketing digital de formato display, elementos visuales publicitarios de promoción al consumo de la papa (video, texto, imagen), banners, pre roll, interstitial y tomas de home que se insertaron en los portales de [www.caracoltv.com](http://www.caracoltv.com), [www.golcaracol.com](http://www.golcaracol.com) y [www.noticiascaracol.com](http://www.noticiascaracol.com) que redireccionaron sus visitantes a la página de [www.preparalapapa.com](http://www.preparalapapa.com).



**TABLA 42. FORMATOS DIGITAL**

PROGRAMA / FORMATO	DESCRIPCIÓN	META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% DE CUMPLIMIENTO
Mundial de Fútbol Rusia 2018	Toma de Home + presencia en los Instant articles <a href="http://www.golcaracol.com">www.golcaracol.com</a>	3	3	100%
	Post+contenido editorial Fanpage Gol Caracol, noticias Caracol, el Espectador y Blu Radio	6	6	100%
	Pre roll de video máx. 30" <a href="http://www.caracol.com">www.caracol.com</a> <a href="http://www.golcaracol.com">www.golcaracol.com</a> <a href="http://www.noticiascaracol.com">www.noticiascaracol.com</a>	200.000	200.000	100%
	Red Caracol Next Formato rich media en mobile: Take Over, Pull Adhesión con video, Interstitial con Feed de redes, interstitial interactivo, Expandible Push	200.000	200.000	100%
	Streaming de los 32 partidos del Mundial Rusia 2018 transmitido por <a href="http://www.golcaracol.com">www.golcaracol.com</a> señal abierta Colombia, comercial de 10" en el previo y un comercial de 10" en el intermedio.	32	32	100%
TV online	Pre roll de video máx. 30" <a href="http://www.caracol.com">www.caracol.com</a> <a href="http://www.golcaracol.com">www.golcaracol.com</a> <a href="http://www.noticiascaracol.com">www.noticiascaracol.com</a>	215.100	215.100	100%
Contenido	Contenido producido para la marca emitido en Noticias Caracol / Acivos Digitales	2	2	100%
Valores Agregados	Formato de alto impacto, pieza take over con video para mobile rotado en los portales de <a href="http://www.caracol.com">www.caracol.com</a> y <a href="http://www.noticiascaracol.com">www.noticias caracol.com</a>	400.001	400.001	100%

Fuente: DFP y Aprox. Sainsbury

Los resultados de la difusión de contenido digital en formatos take home, pre roll, rich media, interstitial, take over y streaming en las cantidades descritas en la anterior tabla, fueron 29.876.515 Impactos y una cobertura de 4.732.661.

**IMAGEN 43. FORMATOS DIGITALES**





**CAPTURA DE PANTALLA 4. TOMA DE HOME Y PRE ROLL EN WWW.GOLCARACOL.COM, DURANTE EL MUNDIAL RUSIA 2018. CAPTURAS DE PANTALLA DE LOS DOS VIDEOS TIPO "CAPSULA" PROMOCIONANDO EL CONSUMO DE PAPA CON MABEL CARTAGENA**



Fuente: FNFP.

Se hizo la producción de dos cápsulas de contenido digital, se realizaron dos capítulos de "Cotorreando" con Mabel Cartagena, un formato de Caracol Next que se emite a través de Caracol Noticias y los demás portales de Caracol, el contenido mostró recetas fáciles de papa, saludables y momentos de consumo, la pauta se dirigió principalmente a público femenino de edades entre los 25 y 34 años, el resultado obtenido fue positivo en Facebook cada capítulo tuvo alrededor de 450.000 reproducciones, engagement de 4,3 con%, 4.517 veces compartidos e interacciones 19.569 y en YouTube los dos capítulos suman 10.500 reproducciones.

**REVISTA**

En el año 2018 La estrategia de prensa se concentró en avisos de recetas en fechas especiales 9 medias páginas, una media más de bonificado y una página de contenido editorial, con las publicaciones se logró un alcance en el target personas de 2.100.200 y en el target amas de 1.011.700.

**TABLA 43. INDICADORES DE REVISTA**

MEDIO	DESCRIPCIÓN	META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% CUMPLIMIENTO
Revista	<b>Cromos</b> Aviso ½ Página	6	6	100%





**TABLA 44. INDICADORES DE BONIFICADO REVISTA**

MEDIO	DESCRIPCIÓN	META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% CUMPLIMIENTO
Revista	Cromos /2 de contenido editorial	3	3	100%

**IMAGEN 44. PUBLICACIONES REVISTA CROMOS**



Publicaciones de página completa en la revista Cromos promocionando el consumo de papa

## PERIÓDICO

En prensa, se publicaron dos avisos de página completa con información relevante sobre el sector, una nota sobre nutrición y recetas para recomendar momentos de consumo. Las dos publicaciones fueron bonificados del plan de medios.

**TABLA 45. INDICADORES DE BONIFICADO PRENSA**

MEDIO	DESCRIPCIÓN	META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% CUMPLIMIENTO
Periódico	<b>El espectador</b> Página con generación de contenido	1	1	100%
	<b>El Espectador</b> Página con generación de contenido	1	1	100%





**IMAGEN 45. PUBLICACIONES EL ESPECTADOR**



Publicaciones en El Espectador con contenido sobre el sector y promoción al consumo de papa.

**ESTRATEGIA DE ACCIONES NO MASIVOS (BTL)**

De acuerdo al plan estratégico 2017-2021, se deben generar espacios en alianzas para capacitar a los compradores de papa, en 2018 las acciones BTL que se desarrollaron tuvieron como objetivo establecer un contacto inmediato y directo con los consumidores de papa, brindando experiencias diferenciadoras, que tendrán recordación y a su vez, serán una herramienta para educar, reflexionar e incentivar el consumo de la papa.



**LA ESCUELA DE LA PAPA**

Espacio educativo a través del cual se proporcionó información relevante del alimento, su versatilidad, sus características físicas, usos de las principales variedades comerciales y bondades nutricionales, además de información sobre el sector productor de papa y de



esa manera generar conciencia de cómo al consumir papa en fresco, se estará apoyando a los agricultores de papa y al agro colombiano.

La actividad se desarrolló alrededor de 5 temáticas, cada una con tres recetas diferentes, supervisadas y guiadas por el Chef especializado en papa y cocina colombiana, Leonel Jaramillo:

- La papa en cocina internacional.
- La papa en recetas clásicas.
- La papa en ensaladas.
- La papa en la cocina colombiana.
- La papa en los pasabocas.

En Bogotá se realizaron 80 talleres:

- 38 en alianza con la Fundación Universitaria del Areandina coordinados por la agencia P&A.
- 5 talleres en fruvers con cocina móvil coordinados por la agencia P&A.
- 6 talleres dentro de la participación de Expoagrofuturo coordinados por la agencia P&A.
- 31 talleres se con empresas interesadas en tener la actividad en sus instalaciones.

En Cali se llevaron a cabo 22 talleres:

- 20 se en Alianza con la Escuela Gastronómica de Occidente – EGO y coordinados por P&A.
- 2 en alianza con la Corporación Regional de Educación Superior – CRES y coordinados por la Agencia.



## DINÁMICA DE LA ACTIVIDAD

### ACTIVACIÓN EN FRUVERS (IMPULSOS)

Cada fin de semana en diferentes fruvers recaudadores de la cuota de fomento en Bogotá y Cali, se hicieron activaciones con impulsadoras y material didáctico de la campaña, explicando e invitando a las personas a comprar más papa en fresco, el material impreso mostraba más opciones de preparaciones de recetas de papa. Las personas que presentaron sus facturas de compra a la impulsadora, de mínimo un 1 Kg. de papa, al registrar sus datos obtuvieron un cupo para asistir a uno de los talleres de “La Escuela de la Papa”, posteriormente una community manager se comunicaba vía telefónica y por WhatsApp para concretar y organizar los cupos de cada uno de los talleres en Areandina.

#### IMAGEN 46. GANADORES CE CUPOS PARA ASISTENCIA AL TALLER



Registro fotográfico de consumidores de papa que se registraron para asistir a los talleres en Areandina.

### ACTIVACIÓN DIGITAL

Para obtener un mayor alcance de beneficiarios de la actividad se optó por hacer uso de Facebook Lead Ads, formato publicitario digital que de manera sencilla invitaba a diligenciar un formulario, a través de este medio las personas interesadas en asistir registraron sus datos personales.

Una vez se obtuvieron los datos, se solicitó una foto del recibo de compra de 1 Kg. de papa del fruver de su preferencia y se programó la asistencia a los talleres.



**IMAGEN 47. PARTICIPANTES DEL TALLER EN COCINA DEMOSTRATIVA**



Registro fotográfico del desarrollo de talleres en la cocina demostrativa de Areandina.

**COCINA MÓVIL DEMOSTRATIVA**

La cocina móvil permitió acercar la actividad a través de sus fruvers hasta las personas que allí compraron papa, los interesados en participar debían comprar 1 Kg. de papa, registrarse con la impulsadora y recibir una charla sobre el sector productor y deleitar algunas recetas preparadas en vivo por el chef, de esta manera fue posible despertar interés en los asistentes y a través del voz a voz conozca y se animen a participar de los talleres "La Escuela de la Papa" en Areandina.

**IMAGEN 48. PARTICIPANTES DEL TALLER CON COCINA MÓVIL**



Registro fotográfico de la actividad con la cocina móvil en algunos fruvers de la ciudad.





## EXPOAGROFUTURO

En el mes de agosto se participó en Agro Expofuturo, un evento anual que promueve el desarrollo del sector agropecuario, en el cual se participó y el show central fue la cocina móvil de “La Escuela de la Papa”, durante los 4 días el chef hizo preparaciones en vivo de recetas a base de papa. La actividad permitió mostrar la importancia del sector papa en la economía de Colombia, promocionar el consumo de papa y difusión de los proyectos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa.

### IMAGEN 49. PARTICIPACIÓN EXPO AGROFUTURO



Stand de Expo Agrofuturo con cocina móvil, chef Leonel Jaramillo acompañado de productores de papa.

## LA ESCUELA DE LA PAPA EN EMPRESAS

Durante el 2018 y por medio de la participación en eventos, muchas empresas se mostraron interesadas en poder tener la actividad de “La Escuela de la Papa” en sus instalaciones, para acercar la actividad hasta las personas y lograr un mayor alcance, se concretó la realización de 31 talleres con cocina demostrativa en diferentes empresas y eventos masivos, donde los asistentes pudieron degustar varias preparaciones de papa, además de aprender sobre el sector y resolver dudas e inquietudes alrededor del consumo de la papa.

### IMAGEN 50. PARTICIPANTES DE TALLERES EN EMPRESAS



Registro fotográfico de empleados de empresas en el desarrollo de “La Escuela de la Papa”



**TABLA 46. INDICADORES DE RESULTADO ACCIONES BTL**

BTL	DESCRIPCIÓN	META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% CUMPLIMIENTO
<b>Escuela de la Papa</b>	IMPULSOS	105	96	91%
	TALLERES	102	102	100%
	ASISTENTES	2.467	2.525	102%
	IMPACTOS	2.550	3.463	136%

Fuente: Campaña consumo 2018 / propiedad FNFP

## FEEDBACK

Como parte de la actividad y para obtener el feedback de los asistentes en los talleres, al igual que los fruvers que participaron, se elaboraron dos formatos de evaluación:

- **Planillas fruvers**

En el 77% de las activaciones en fruvers, se diligenció la planilla, allí se consignó la variedad de papa y precio de acuerdo a las diferentes presentaciones, comentarios del consumidor respecto al precio de la papa y finalmente dos preguntas al administrador del lugar, para calificar la actividad y para conocer si la activación incrementó la venta de papa.

**TABLA 47. INDICADORES DE RESULTADO PLANILLAS FRUVERS**

PREGUNTAS	RESPUESTAS	EVALUACIÓN
¿Se incrementó la venta de papa en el fruver, durante la jornada de activación?	SI	98%
	NO	2%
¿Observación sobre la actividad?	BUENA	100%
	MALA	0%

- **Evaluación del taller**

El 35% del total de los asistentes de los talleres, diligenció la evaluación para conocer si la actividad cumplió con el objetivo, obteniendo un 100% de feedback positivo.



**TABLA 48. INDICADORES DE RESULTADO EVALUACIÓN DE TALLERES**

PREGUNTAS	RESPUESTAS	EVALUACIÓN
¿Incluirá las recetas aprendidas en sus preparaciones?	SÍ	100%
	NO	0%
¿La explicación fue clara para identificar variedades y beneficios nutricionales?	SÍ	100%
	NO	0%
¿Recodaría el taller a otras personas?	SÍ	100%
	NO	0%
¿Recibió el libro de recetas?	SÍ	100%
	NO	0%

### ESTRATEGIA DE MEDIOS DIGITALES (TTL)

La compra y manejo de medios digitales como Facebook Ads, Instagram Ads y Adwords ha permitido alcanzar y entender las nuevas audiencias, tener mayor alcance e interactuar con nuestro target, conectando y generando afinidad con el contenido relacionado con el consumo de papa.

El contenido elaborado por Edelman Position para los canales, estuvo apoyado bajo los tres pilares de acuerdo a la estrategia 2017-2021 de promoción al consumo de la papa y en especial sobre el primer pilar de la campaña: las papas son buenas porque” enfocándose en la enseñanza de las principales variedades de papa, sus usos correctos, la versatilidad, momentos de consumo y beneficios nutricionales, esto, para responder a 4 necesidades importantes para la campaña:

- Aumentar la preferencia por la papa
- Combatir la desinformación
- Enseñar sobre sus beneficios
- Promover la papa en fresco de producción colombiana

Por otra parte, el año 2018 fue importante para conocer la audiencia, sus gustos e intereses. Se pudo evidenciar que, en la audiencia, la estrategia fue bien recibida al presentar temas e información clara sobre el sector y sobre la papa, observado en el aumento de la comunidad, obteniendo como respuesta de los usuarios, mayor aceptación, comentarios positivos y alcance, se logró identificar grupos de personas con intereses en temas como alimentación saludable, recetas, papas y nutrición. De esta





manera fue posible definir los grupos de segmentación que presentaron más alcance e interacción, como recetas y gastronomía.

## FACEBOOK

IMAGEN 51. PERFIL FANPAGE FACEBOOK



Fuente: FNFP - Captura de pantalla home de la fan page fanpage Facebook "prepara la papa"

La compra y manejo de medios digitales como Facebook Ads, Instagram Ads y Adwords ha permitido tener un crecimiento considerable, presencia e interacción con nuestro target, conectando y generando mayor afinidad con el contenido, obteniendo como respuesta de los usuarios, mayor aceptación y comentarios positivos.

Las publicaciones que invitaron a los seguidores a interactuar, representando temas afines y de gran atractivo para la comunidad de esta red. La pauta se segmentó con intereses en Cocina, Almuerzo, Comer, Tasty, Comida, Chefs, Cena, Recetas, Gastronomía, Arte culinario, Foodie, Brunch o Gourmet.

IMAGEN 52. CONTENIDO PAUTADO



Fuente: FNFP - Captura de pantalla con anuncio de fan page fanpage Facebook "prepara la papa"





**TABLA 49. INDICADORES DE RESULTADO FACEBOOK**

MES	PUBLICACIONES	SEGUIDORES	INTERACCIÓN	ALCANCE ORGÁNICO	ALCANCE PAUTADO
Abril	34	3.518	29.885	14.742	59.105
Mayo	18	4.567	18.281	59.105	313.115
Junio	18	5.210	17.681	31.249	1.503.143
Julio	23	5.655	16.131	422.645	1.228.110
Agosto	18	6.205	12.358	43.503	1.483.284
Septiembre	11	6.570	15.858	59.973	1.641.620
Octubre	10	6.672	14.127	27.197	2.009.759
Noviembre	10	6.741	13.870	31.149	2.013.313
Diciembre	12	6.798	10.164	22.949	1.737.520
<b>TOTAL</b>	<b>154</b>	<b>51.936</b>	<b>148.355</b>	<b>712.512</b>	<b>11.988.969</b>

**Fuente:** Estadísticas – fanpage Facebook / Campaña consumo 2018 / propiedad FNFP

Entre los datos más relevantes podemos destacar que la comunidad creció en un 1.431% y se obtuvo un incremento en el alcance de 2.939% resultados satisfactorios además de la respuesta positiva de la comunidad ante los temas de interés que se publicaron.

**IMAGEN 53. FEED BACK FACEBOOK**



**Fuente:** FNFP-Captura de pantalla de una parte de los comentarios de dos publicaciones de facebook

El contenido provocó emociones generando afinidad con las piezas gráficas pagadas, logró conectar a las personas, generar sentido de pertenencia, necesidad de compartir el contenido y comentar.



## INSTAGRAM

Instagram permitió la posibilidad de sincronizar el perfil junto con otras redes sociales como Facebook, esto ayudó a facilitar la difusión de los contenidos y obtener mayor alcance, las redes sociales con contenido visual e interactivo de papa, que generó cierto tipo de conexión y proximidad con consumidores.

### IMAGEN 54. CONTENIDO PAUTADO INSTAGRAM



Fuente: FNFP-Captura de pantalla de algunas publicaciones de Instagram

### TABLA 50. INDICADORES DE RESULTADO INSTAGRAM

MES	COMUNIDAD	INTERACCIÓN	ALCANCE PAUTADO
Abril	232	253	-
Mayo	1.095	408	1.022.466
Junio	1.551	422	391.808
Julio	1.902	4.321	641.842
Agosto	2.211	2.257	777.123
Septiembre	2.709	11.305	547.393
Octubre	3.082	1.368	957.148
Noviembre	3.692	4.333	483.819
Diciembre	3.875	1.543	692.464
<b>TOTAL</b>	<b>20.349</b>	<b>26.210</b>	<b>5.514.063</b>

Fuente: Estadísticas – Instagram / Campaña consumo 2018 / propiedad FNFP

## PLAN INFLUENCERS

Para aumentar la interacción y alcance se optó por usar cuentas certificadas (influenciadores) estas publicaciones obtuvieron un gran alcance y engagement.

Los influencers seleccionados tienen perfiles en temas de estilo de vida, de ama de casa/ mamás, nutricionistas, profesionales de gastronomía, chefs, entre otros; personas



interesadas en alimentación saludable para la familia, jóvenes con audiencia predominante en el grupo de millennials, con rangos de edad entre los 28 y 38 años.

La dinámica consistió en que cada influencer debe realizar una mención de “prepara la papa” y etiquetar nuestra cuenta de Instagram en todas las publicaciones dando a conocer la campaña. Las publicaciones invitaron a los seguidores a seguir a PREPARA LA PAPA en todas sus redes sociales y a visitar la página web [www.preparalapapa.com](http://www.preparalapapa.com). Algunos de ellos participaron La Escuela de la Papa y compartieron la experiencia del taller en sus cuentas de instagram.

### IMAGEN 55. PERFILES INFLUENCIADORES



Fuente: FNFP.

### IMAGEN 56. CONTENIDO PUBLICACIONES INFLUENCERS



Fuente: FNFP.





IMAGEN 57. CONTENIDO PUBLICACIONES INFLUENCERS



Fuente: FNFP.

TABLA 51. INDICADORES DE RESULTADO INFLUENCIADORES INSTAGRAM

MES	INFLUENCIADORES	COMUNIDAD	PUBLICACIONES	ALCANCE	ENGAGEMENT
Mayo	5	1.095	30	169.497	3.062
Junio	2	1.551	3	169.048	1.431
Julio	4	1.902	7	211.675	3.324
Agosto	3	2.211	5	113.678	1.901
Septiembre	3	2.709	5	122.314	2.267
Octubre	1	3.082	1	196.698	2.561
Noviembre	3	3.692	7	138.878	749
Diciembre	3	3.875	6	104.899	745
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>20.117</b>	<b>64</b>	<b>1.226.687</b>	<b>16.040</b>

Estadísticas plan influenciadores Instagram/ Campaña consumo 2018 / propiedad FNFP

## GOOGLE ADWORDS

Google Adwords es uno de los sistemas de publicidad online más completo debido a su gran alcance y a las múltiples posibilidades que ofrece posicionamiento SEM y SEO. A través de esta plataforma, el sitio web de preparalapapa apareció dentro de los resultados relevantes Google Search, ubicándola en las primeras posiciones del motor de búsqueda, aumentando el tráfico de manera significativa a la página web de consumo [www.preparalapapa.com](http://www.preparalapapa.com).

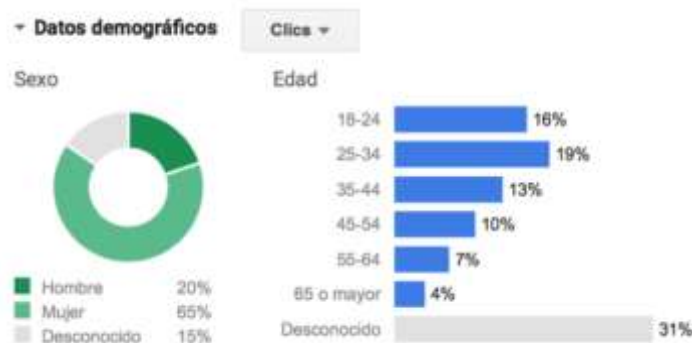
La audiencia de los anuncios de la campaña fue, en su mayoría, millennials, demostrando eficacia hacia el nuevo grupo objetivo al cual se busca llegar. Los mayores consumidores de los anuncios son de género femenino.





Las palabras clave que se usaron durante la campaña 2018 están basadas en los términos relevantes de la página de consumo, para la pauta en Adwords se tomaron palabras como, por ejemplo: recetas, fáciles, papa, saludable, cocina. Las horas con más búsqueda están entre las 10 y 1pm los días lunes, martes y miércoles.

### GRÁFICO 11. SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA ADWORDS



**Fuente:** Google adwords - Campaña consumo 2018 / propiedad FNFP

Para lograr un buen rendimiento de la campaña digital, una vez definidos los anuncios, se orientaron dentro del territorio colombiano en momentos oportunos a un target de personas entre 20 y 45 años y segmentado en función de temas como: nutrición, alimentación, bebidas, casa y recetas.

### TABLA 52. INDICADORES DE RESULTADO ADWORDS

MEDIO	CLICS	IMPRESIONES	CTR	CPC MEDIO
Google Adwords	8.265	325.640	14,6%	\$183,00

**Fuente:** Estadísticas - Wordpress / Campaña consumo 2018 / propiedad FNFP

**CTR:** Es el número de clics que obtiene un enlace respecto a su número de impresiones y siempre se calcula en porcentaje.

$(\text{Clics} / \text{Impresiones}) \times 100$

**CPC:** Costo por clic

En esta tabla se evidencia los resultados de la campaña en clics, impresiones, CTR y costo por clic de los anuncios que se han desarrollado. El CTR estuvo arriba del promedio (5%) lo que significa un muy buen desempeño.



**IMAGEN 58. ANUNCIOS QUE SE MOSTRARON**



Fuente: FNFP.

## GOOGLE ANALYTICS

Es una herramienta que permite obtener información agrupada del tráfico en tiempo real del sitio web, a través de la plataforma es posible visualizar la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversiones que se llevan a cabo en el sitio web.

Los resultados obtenidos de la campaña hacia la página web se evidencian con el crecimiento de usuarios, sesiones, visitas, navegación dentro de las pestañas y duración promedio de la sesión. Estos valores, reflejan un buen rendimiento y permanencia de los visitantes. Es importante destacar que los usuarios muestran interés en varias pestañas de la página.

**GRÁFICO 12. AUDIENCIA DE PREPARALAPAPA.COM**



Estadísticas visión general de Google Analytics de la página web [www.preparalapapa.com](http://www.preparalapapa.com)

En la gráfica se observa el desempeño que tuvo la pauta, resaltando que inició el 10 de mayo de 2018 y finalizó el 19 de diciembre de 2018, además se observa un crecimiento gradual por el posicionamiento que fue obteniendo la página.



### GRÁFICO 13. VISITAS POR UBICACIÓN

Región	Adquisición			Comportamiento		
	Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión
	<b>186.450</b> % del total: 97,08 % (192.067)	<b>186.084</b> % del total: 96,95 % (191.940)	<b>226.841</b> % del total: 97,25 % (233.258)	<b>55,07 %</b> Medio de la vista: 55,33 % (-0,29 %)	<b>2,22</b> Medio de la vista: 2,22 (0,44 %)	<b>00:01:01</b> Medio de la vista: 00:01:01 (0,66 %)
1. Bogotá	<b>65.494</b> (34,75 %)	<b>64.918</b> (34,89 %)	<b>79.591</b> (35,09 %)	54,16 %	2,25	00:01:04
2. Antioquia	<b>27.492</b> (14,89 %)	<b>27.143</b> (14,59 %)	<b>33.391</b> (14,72 %)	55,26 %	2,26	00:00:59
3. Valle del Cauca	<b>24.199</b> (12,84 %)	<b>23.931</b> (12,86 %)	<b>28.991</b> (12,78 %)	56,19 %	2,16	00:00:58
4. Atlántico	<b>13.899</b> (7,37 %)	<b>13.545</b> (7,28 %)	<b>16.514</b> (7,28 %)	54,77 %	2,24	00:01:05
5. Santander	<b>8.485</b> (4,50 %)	<b>8.450</b> (4,54 %)	<b>10.216</b> (4,50 %)	55,65 %	2,20	00:00:58
6. Risaralda	<b>6.412</b> (3,40 %)	<b>6.355</b> (3,42 %)	<b>7.804</b> (3,44 %)	56,50 %	2,15	00:00:55
7. Bolívar	<b>5.709</b> (3,03 %)	<b>5.618</b> (3,02 %)	<b>6.720</b> (2,96 %)	55,15 %	2,20	00:00:58
8. North Santander	<b>5.601</b> (2,97 %)	<b>5.498</b> (2,95 %)	<b>6.607</b> (2,91 %)	55,27 %	2,25	00:01:01
9. Tolima	<b>5.139</b> (2,73 %)	<b>5.063</b> (2,72 %)	<b>6.138</b> (2,71 %)	55,80 %	2,22	00:01:01
10. Cundinamarca	<b>3.404</b> (1,81 %)	<b>3.310</b> (1,78 %)	<b>4.102</b> (1,81 %)	55,05 %	2,21	00:01:04

Estadísticas visión general de Google Analytics de la página web [www.preparalapapa.com](http://www.preparalapapa.com)

Se evidencia el tráfico y lugares donde se encuentran las personas que visitan el portal de preparalapapa, Bogotá sigue siendo con más presencia, seguido de Medellín y Cali.

**TABLA 53. INDICADORES DE RESULTADO ANALYTICS**

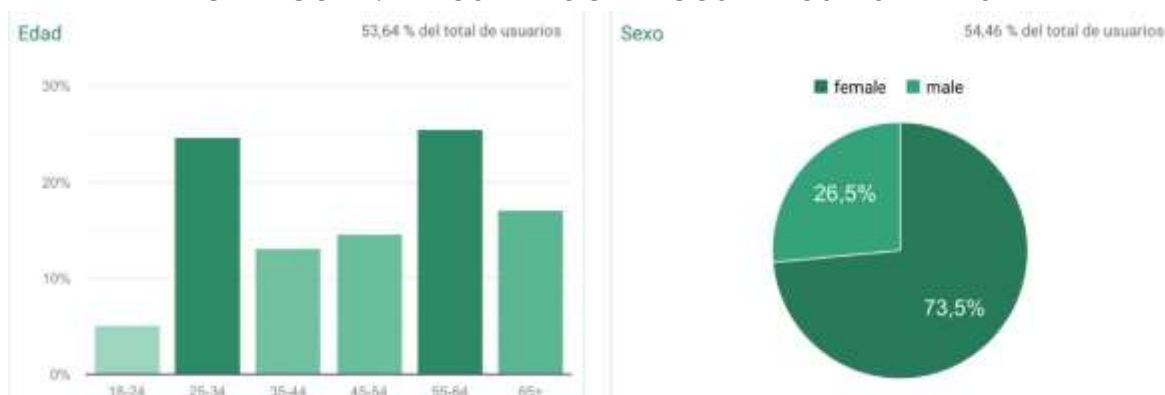
NÚMERO DE VISITAS	SESIONES	PÁGINAS – SESIÓN	DURACIÓN MEDIA POR SESIÓN	% DE REBOTE
516.676	233.258	2,22	00:01:01	55,23%

**Fuente:** Estadísticas de Google Analytics de la página web [www.preparalapapa.com](http://www.preparalapapa.com) / Campaña consumo 2018 / propiedad FNFP.

Durante la campaña del año 2018 se tuvo 516.676 visitas al sitio web, de los cuales 233.258 interactuaron con el contenido del sitio, en promedio cada visitante miró dos páginas por sesión y su permanencia promedio en la página por sesión fue de 1 minuto, tiempo suficiente para revisar el contenido de interés.



**GRÁFICO 14. DATOS DEMOGRÁFICOS DE LOS VISITANTES**



**Fuente:** Estadísticas de Google Analytics de la página web [www.preparalapapa.com](http://www.preparalapapa.com) / Campaña consumo 2018 / propiedad FNFP

La medición muestra principalmente que la mayoría de los usuarios en la página web corresponden a mujeres entre los 55-64 años, seguido de 25 a 34 años.

**Objetivo Específico 3:** Realizar seguimiento a la línea base de consumo construida en 2017, así como medir la percepción de la primera etapa de la campaña.

**Meta:** Desarrollar una (1) medición sobre el consumo de papa en fresco y desarrollar un (1) estudio de percepción de la campaña de consumo.

**TABLA 54. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO**

META ANUAL 2018	EJECUCIÓN 2018	% DE CUMPLIMIENTO
1 estudio de medición de consumo de papa y de percepción de la campaña de consumo.	1 estudio de consumo y percepción de campaña.	100%

### ESTUDIO NIELSEN - CONSUMO PER CÁPITA DE PAPA

Desde el año 2017 se inició con la construcción de una línea base de consumo per cápita de papa en Colombia, para conocer la compra y consumo de papa en los hogares colombianos: penetración de compra, consumo, percepción, momentos de consumo, manera de preparación, cantidad comprada y consumida, así como el seguimiento a la publicidad por región. Se contrató a Nielsen Colombia para que lleve a cabo la primera ola en 2017 y para 2018 se desarrolló la segunda ola de medición bajo los siguientes parámetros:





## FICHA TÉCNICA

La medición se monitorea a través de auditorías (home scan), la recolección de la data se hace en cuatro pasos: 1. Recolecta de facturas y diarios de compra. 2. Auditar empaques y productos terminados. 3. Chequeo de productos. 4. Proyección y producción de información.

### IMAGEN 59. PERFIL DE HOGARES AUDITADOS



La muestra se compone 4.200 hogares, que representan un universo de 4.200.000 hogares y una cobertura del 46% (22.674.285 habitantes) de la población total (Dane 2017 49.291.925 habitantes) y esto a su vez representa el 70% del consumo del país (Nielsen). Los hogares se encuentran dentro de niveles socioeconómicos medio, medio alto, alto y bajo, estratos que no solo son definidos por ingresos o salarios mínimos mensuales vigentes por hogar; sino por perfil de hábitos de consumo y algunas de las variables que se toman en cuenta para la perfilación son: ciudad, estrato, urbanización, estado construcción, autos en el hogar, teatro en casa, vacaciones, tipo de colegio, etc.

**Estrato alto:** los hogares de las personas que pertenecen al nivel 4 son casas o departamentos propios de lujo o en conjuntos residenciales. En este nivel las amas de casa pueden contar con una o más personas de servicio, ya sean de planta o por días. Pueden poseer un automóvil por persona y viajan continuamente al exterior donde tienen propiedades en los principales balnearios y centro financieros. Van de vacaciones a lugares turísticos de lujo, saliendo del país mínimo una vez al año y varias veces al interior del país. Los hijos de estas familias asisten a los colegios privados en su mayoría.

**Estrato medio alto:** las viviendas de las personas que pertenecen al nivel 3 son casas o departamentos propios. Los hijos son educados en colegios particulares y algunos de ellos terminan su educación en universidades privadas de alto reconocimiento.

**Estrato medio:** en este segmento se considera a las personas con ingresos o nivel de vida medio, los hogares cuentan con casas o departamentos propios o rentados que pueden



ser localizados en urbanizaciones técnicamente planeadas por firmas urbanizadoras. Tienen un automóvil, regularmente y es para uso de toda la familia, aunque la gran mayoría no cuentan con servidumbre. Estas familias vacacionan al interior del país, van a lugares turísticos accesibles.

**Estrato bajo:** Las casas o departamentos son en su mayoría de interés social o de rentas, se ubican en barrios de la periferia o técnicamente planeadas, el teléfono es compartido o no hay, el piso es de tierra o cemento. Los hijos de estos hogares realizan sus estudios en escuelas del Gobierno, las personas de este nivel suelen desplazarse por medio del transporte público y si llegan a tener un auto es de varios años de uso. Toman vacaciones una vez al año en excursiones a su lugar de origen o al de sus familiares (ciudad cerca, departamento, región).

## METODOLOGÍA

Cobertura geográfica nacional: Se hace a través de diarios de compra y consumo en el hogar en 9 ciudades del País: Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga, Cartagena, Ibagué, Manizales y Pereira.

Segmentación: Niveles socioeconómicos, edad ama de casa, tamaño de hogar (componentes) y presencia de niños.

Canales: Cadenas, D2D, discounters, tradicional, independientes, cash & carry, otros.

## COMPORTAMIENTO DE COMPRA

**GRÁFICO 15. HOGARES COMPRADORES DE PAPA**



El consolidado de 2018 mostró que la mayor parte de las compras de papa se concentraron en los NSE Bajo y Medio (75%), donde además ambos ganaron peso frente al 2017. A nivel de regiones, Bogotá, Costa, Cali y Medellín son las que más compras de papa concentraron en el año, siendo además las que reunieron casi el 80% del consumo.



**PERFIL DE CONSUMIDOR POR ZONAS 2017 VS. 2018**

**GRÁFICO 16. COMPRA DE PAPA**



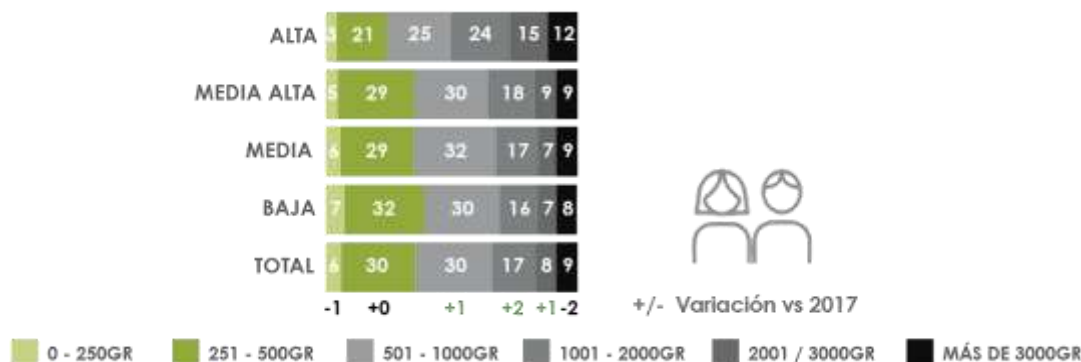
Bogotá y Medellín son las ciudades más importantes en el consumo de papa (Heavy consumers), consumiendo más del promedio nacional.

Bogotá se muestra como la zona más afectada al disminuir en su compra promedio y con ello jalonar la caída a nivel nacional. Ciudades como Medellín y Cali muestran buen comportamiento frente al 2017. Junto a la capital, Medellín, Eje Cafetero y B/manga se muestran como heavy consumers de papa, al registrar compras superiores al promedio nacional por hogar al mes (7,1Kg).

- Light consumers: Hogares que compran c/5 días o más.
- Medium consumers: Entre 3 y 5 días.
- Heavy consumers: C/3 días o menos.

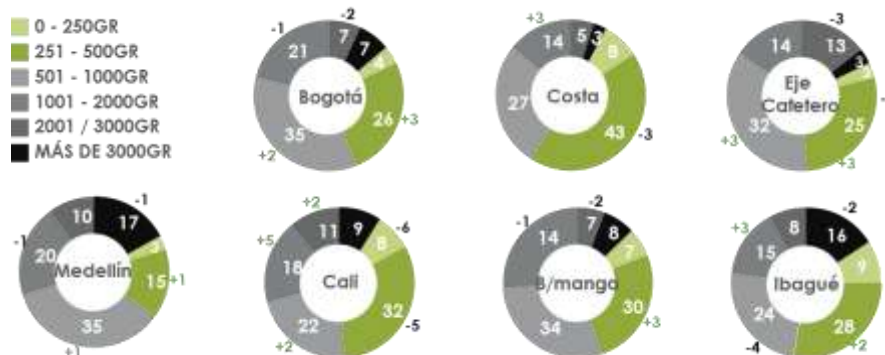


**GRÁFICO 17. CANTIDAD PAPA COMPRADA POR NSE**



500 gr. sigue siendo la cantidad más llevada a la hora de la compra de los hogares colombianos, siendo entonces los rangos entre 251gr. y 1Kg. los que concentran el 60% de las ocasiones de compra. A medida que los NSE son más altos toman relevancia las compras en tamaños más grandes, de 1Kg. en adelante.

**GRÁFICO 18. CANTIDAD PAPA COMPRADA POR ZONAS**



Bogotá jalona la dinámica nacional, las compras entre 251gr. y 1Kg. concentran más del 60% de los actos de compra en la capital. Costa muy concentrada en el rango de 251-500gr, mientras para Medellín también son clave las compras de >1Kg.

Dependiendo de la región, la cantidad comprada en cada acto de compra cambia. Mientras en Bogotá las compras de más de 3Kg. representaron apenas el 7% de las visitas al punto de venta, para Medellín es un 17%. En Cali tomaron mayor relevancia tamaños entre 1 y 3Kg. en el 2018 y para Costa el rango entre 501gr. y 1Kg. representó el 43% de las compras.





**GRÁFICO 19. CANAL POR COMPRA NSE**



La Tienda de Barrio fue el canal que concentró el mayor porcentaje de compras a nivel general y en todos los NSE, consolidándose como el canal preferido por los hogares colombianos para comprar la papa, representando el 64% (+4% frente a 2017) de las ocasiones y siendo especialmente fuerte en los NSE Bajo y Medio.

**GRÁFICO 20. TIENDA DE BARRIO POR REGIÓN**



A nivel de zonas, la tienda se mantiene como el canal el más relevante, siendo especialmente importante en Costa y Bogotá, donde en promedio  $\frac{3}{4}$  de las compras de sus hogares se hacen allí.

En promedio, los hogares colombianos suelen ir a comprar papa cada 4 días, aunque más de la mitad de los hogares se están tardando 5 días o más en hacerlo. Es decir, sus compras se hacen en promedio semanalmente.

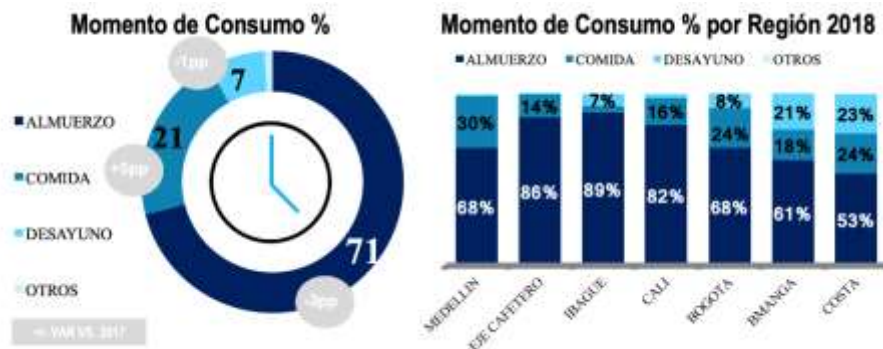


**GRÁFICO 21. TIPO DE PAPA COMPRADA POR REGIÓN**



El tipo de papa que más se consumió en los hogares durante el 2018 fue la Regular, que concentró un 84% del consumo, de los hogares, presentó un incremento de 6% con respecto al año 2017, donde Medellín y Cali ganaron peso. La papa Criolla/Amarilla concentró el 16% del consumo en el país, donde Cali superó a Bogotá en 2018 como la región que más la consume.

**GRÁFICO 22. MOMENTO DE CONSUMO POR REGIÓN**



El consumo de papa se realizó principalmente en el Almuerzo (71% de las veces), la Sopa fue la forma de preparación preferida (41% de las veces). El consumo en Sopa se dio principalmente en Medellín y Cali, mientras que en Bogotá el 49% de las veces se consumió salada. La Comida concentró el 21% de las ocasiones de consumo y ganó peso frente al 2017, siendo esto impulsado por Medellín, Costa y Bogotá.



### GRÁFICO 23. PRINCIPALES ACOMPAÑAMIENTOS DE LA PAPA



Tanto en el almuerzo como en la comida, más del 60% de los consumos de papa se acompañan de Arroz o Carne. Mientras en Medellín y Cali se prefiere el arroz en ambos casos, en Bogotá se prefiere la carne sobre todo al almuerzo. Al desayuno el 25% de las veces los colombianos eligen los huevos como acompañamiento.

### GRÁFICO 24. CONSUMO PER CÁPITA



En el año 2017 el consumo per cápita anual en Colombia fue de 41 Kg. lo que equivale a 164 kg por hogar, para el año 2018 el consumo per cápita aumento en 2 kg, 43 Kg. 170 Kg por hogar. A pesar de la disminución de consumo per cápita en Bogotá, mejora en ciudades clave como Medellín y Cali, sumando al mejor resultado en otras intermedias generando un indicador positivo de incremento en el consumo.

### ESTUDIO DE PERCEPCIÓN DE LA CAMPAÑA 2018

Dentro de los hogares consultados, un 43% asegura haber visto/escuchado/leído publicidad sobre el consumo de papa (46% en Mayo y 40% en Agosto)

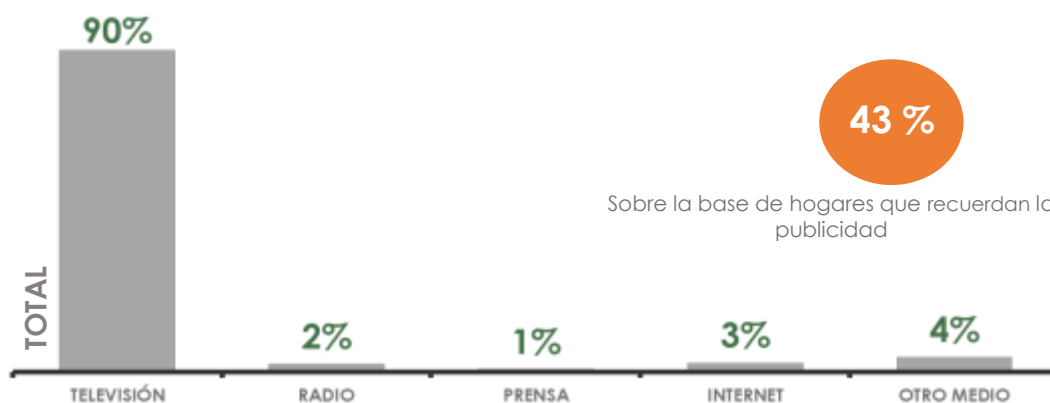


GRÁFICO 25. HOGARES QUE VIERON LA PUBLICIDAD



Costa es la zona más receptiva a los mensajes publicitarios, concentrando el 28% de los hogares que tuvieron contacto con la publicidad. Si bien Bogotá y Medellín concentran cerca de 1/3 de estos hogares, menos de la mitad de la muestra en estas ciudades vio la publicidad.

GRÁFICO 26. MEDIOS PREFERIDOS

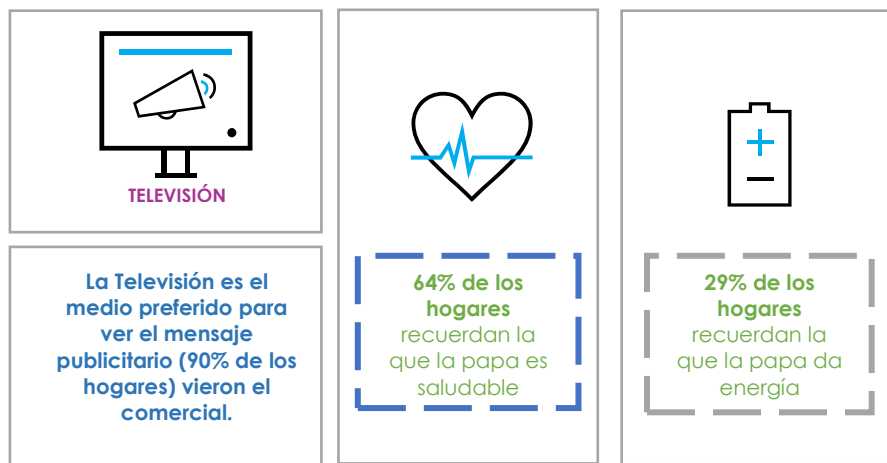


Los hogares que vieron la publicidad se concentran en los NSE Bajo y Medio, siendo TV el medio preferido para ver el mensaje publicitario (93% de los hogares). Además, los hogares que vieron el comercial recuerdan principalmente que la papa es saludable (64%) y que da energía (29%).





### GRÁFICO 27. LO QUE RECUERDAN DE LA PUBLICIDAD



Se aprecia además cómo la publicidad refuerza mensajes positivos sobre la papa, ya que los hogares que vieron la publicidad consideran además que la papa no engorda y que la papa es económica.



## MARCO LÓGICO

MARCO LÓGICO											
CAMPANA DE PROMOCIÓN AL CONSUMO											
COMERCIALIZACIÓN											
PROYECTO	MARCO LÓGICO										
PROGRAMA	CAMPANA DE PROMOCIÓN AL CONSUMO										
OBJETIVO GENERAL	Dar continuidad a la campaña Una papa bien preparada, te soluciona, fomentando el consumo de papa, mostrando nuevos momentos y beneficios del alimento.										
DESCRIPCIÓN GENERAL	Generar una comunicación que tenga continuidad con la campaña lanzada en 2017, que fomente el consumo de papa, esta se desarrollará en medios masivos (ATL), no convencionales, y tomas de canales (BTI) y digital, apoyando la estrategia en 3 pilares: Las papas son buenas porque, yo aporfo al campo. Un mejor sector.										
VALOR PROYECTO	<table border="0"> <tr> <td style="text-align: right;">FNFP</td> <td style="text-align: right;">\$1.868.218.246</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">FEDEFAPA</td> <td style="text-align: right;">\$125.284.264</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;"><b>TOTAL PROYECTO</b></td> <td style="text-align: right;"><b>\$1.993.502.510</b></td> </tr> </table>					FNFP	\$1.868.218.246	FEDEFAPA	\$125.284.264	<b>TOTAL PROYECTO</b>	<b>\$1.993.502.510</b>
FNFP	\$1.868.218.246										
FEDEFAPA	\$125.284.264										
<b>TOTAL PROYECTO</b>	<b>\$1.993.502.510</b>										
ACCIONES	INDICADOR ECONÓMICO	TIPO DE INDICADOR	METAS	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUJETOS* *Eventos que pueden llevar al no cumplimiento de la acción						
1.1. Contar con las 3 agencias aliadas en medios ATL, BTI y TIL para el desarrollo de las acciones.											
Contratación de agencias	# Agencias contratadas *100 # Agencias contratadas *100	Gestión.	Contratación de (3) agencias (medios, digital y BTI)	Contrato para agencia de medios, contrato agencia digital y Contrato agencia BTI	No contar con diferentes proponentes.						
1.2. Contar con los espacios en medios para darle continuidad al plan de la campaña de consumo											
Selección y contratación de mix de medios.	# Mix de medios a aprobar. *100 # Mix a proponer	Gestión.	un (1) mix de medios final.	Pauta al aire.	No contar con diferentes oferentes. Disponibilidad presupuestal.						
1.3. Realizar seguimiento a la línea base de consumo construida en 2017, así como medir la percepción de la primera etapa de la campaña											
Desarrollar un (1) estudio de línea base de consumo per cápita de papa en Colombia	# Investigación a contratar. *100 # Propuestas de investigación contratada	Gestión.	Datos comparativos de estudio de 2017 / 2018 de hábitos de consumo de papa en Colombia.	Un (1) estudio de investigación.	No contar con la información de campo suficiente para el desarrollo.						
Desarrollar un (1) estudio de percepción de comunicación para evaluar la campaña.	# Investigación a contratar. *100 # Propuestas de investigación contratada	Gestión.	Datos de percepción y aceptación de mensajes por pieza, informe de comentarios y percepciones de consumidores.	Informe de hábitos de consumo.	No contar con la información de campo suficiente para el desarrollo.						
Desarrollar un (1) estudio de línea base de consumo per cápita de papa en Colombia.	# kg. incrementados. *100 # kg. a incrementar # kg a incrementar	Impacto.	Incrementar el consumo per cápita en Colombia mínimo 3 puntos por año, pasando de 41kg per cápita a 44 kilos para 2018 y así sucesivamente hasta 2021.	Informe de consumo per Cápita anual.	No contar con la información de campo suficiente para el desarrollo.						



## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>\$110.652.732</b>	<b>\$106.289.914</b>	<b>96,06%</b>
NÓMINA	\$110.652.732	\$106.289.914	96,06%
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$16.981.894</b>	<b>\$16.476.390</b>	<b>97,02%</b>
MUEBLES, EQUIPO DE OFICINA Y SW	\$12.069.957	\$11.564.494	95,81%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$2.731.937	\$2.731.937	100,00%
CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN	\$700.000	\$700.000	100,00%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$1.000.000	\$999.959	100,00%
TRANSPORTES, FLETES Y ACARREOS	\$480.000	\$480.000	100,00%
<b>ESTUDIOS Y PROYECTOS</b>	<b>\$1.751.512.131</b>	<b>\$1.745.451.942</b>	<b>99,65%</b>
ATL	\$1.285.764.000	\$1.285.763.997	100,00%
BTL	\$239.596.738	\$233.536.552	97,47%
DIGITAL	\$226.151.393	\$226.151.393	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$1.879.146.756</b>	<b>\$1.868.218.246</b>	<b>99,42%</b>

## CONTRAPARTIDA FEDEPAPA

ÍTEM	CONTRAPARTIDA	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>\$67.001.064</b>	<b>\$67.001.064</b>	<b>100,00%</b>
NOMINA	\$67.001.064	\$67.001.064	100,00%
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$58.283.200</b>	<b>\$58.283.200</b>	<b>100,00%</b>
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$58.283.200	\$58.283.200	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$125.284.264</b>	<b>\$125.284.264</b>	<b>100,00%</b>

De la totalidad de la contrapartida que brinda la Federación al FNFP, al programa de comercialización se le asignó el 40% para la vigencia 2018, teniendo en cuenta las características, metodología y duración en la ejecución del proyecto, discriminada así:

El rubro de servicios personales está compuesto por: Director FNFP, Ingenieros Agrónomos, Directo de Talento Humano y Jurídico, Recepcionista, Comunicaciones, Tesorería, Director Contable y Financiero, Asistente de Archivo, Mensajero, Servicios generales e Ingeniero de Sistemas.

El rubro de gastos generales en Materiales y Suministros compuesto por: Equipos de escáner - digitalización – archivadores, Pauta publicitaria, Administración Pagina WEB, Auditorios, Cafetería y Sistema Contable.



## 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 2018, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa ha celebrado los siguientes contratos:

No.	OBJETO	VALOR DEL CONTRATO	CONTRATISTA	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN	% AVANCE
030	Prestación de Servicios Profesionales de Auditoría Interna de acuerdo con el Decreto 2025 de 1996 para El Fondo Nacional de Fomento de la Papa	\$ 51.618.705	LOGISCONT SAS	2017/04/04	2018/04/03	100%
034	Diseñar e instalar dos sistemas de riego por goteo en un cultivo de papa en dos parcelas de tres (3) hectáreas cada una (ubicadas una en el departamento de Boyacá y la otra en el departamento de Cundinamarca).	\$ 54.000.000	NETAFIM COLOMBIA LTDA.	2017/06/23	2018/12/30	100%
001	Prestación de servicio de hospedaje y alimentación, para las personas que asistirán durante los días 15, 16, 17 y 18 de enero de 2018 incluyendo desayuno, en el HOTEL TERMALES EL BATÁN, ubicado en URB Fuente Flores CA dos Manzana D Sogamoso (Boyacá).	\$ 13.417.000	CASTRO REBOLLEDO Y ASOCIADOS LTDA. CARE Y ASOCIADOS LTDA.	2018/01/15	2018/01/25	100%
002	Prestar el servicio de alimentación (desayuno, almuerzo, cena, refrigerio en la mañana y en la tarde y coctel para la integración con 1.350 pasabocas) para 350 personas durante el II Seminario Internacional de Papa (15/03/2018).	\$ 70.000.000	VÁSQUEZ E HIJOS Y CIA S EN C	2018/03/15	2018/04/13	100%
003	Desarrollar una medición sobre el consumo de papa en fresco, en lo referente a penetración, convivencia, cantidad, promedio y perfil demográfico de los hogares con producto, utilizando para ello la metodología homescan de Nielsen, más tres preguntas adicionales en agosto de 2018 acerca de penetración de la campaña de consumo.	\$ 105.446.000	AC NIELSEN DE COLOMBIA LTDA.	2018/03/13	2018/12/20	100%
004	Realizar 46 análisis de suelos completos en fase intercambiable.	\$ 4.077.900	COLINAGRO SA	2018/02/13	2018/04/13	100%
005	Prestar el servicio de adopción e implementación de NIIF.	\$ 10.000.000	BERNAL ASESORES SAS	2018/02/20	2018/09/30	100%
006	Prestar el servicio de transporte de transporte automotor para 144 personas en las rutas e itinerarios solicitados por el contratante.	\$ 23.000.000	EL RÁPIDO DUITAMA LTDA.	2018/03/14	2018/04/03	100%
007	Prestar el servicio de estrategia o mix de medios con el fin de incrementar el consumo per cápita de papa colombiana en fresco, teniendo en cuenta los antecedentes y la estrategia de los pilares del plan estratégico de mercadeo y aportar las cifras que soporten sus recomendaciones, así como ejecutar la compra de espacios solicitados, en lo concerniente a la campaña de promoción al consumo.	\$1.180.318.000	CARACOL TELEVISIÓN SA	2018/03/23	2018/12/20	100%
008	Desarrollar las acciones "Below the line" BTL en fruver de la campaña "una papa bien preparada".	\$ 169.391.180	P&A PRODUCTIONS SAS	2018/03/26	2018/12/24	100%



No.	OBJETO	VALOR DEL CONTRATO	CONTRATISTA	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN	% AVANCE
009	Intermediar en la compra de espacios de pauta digital e implementar la estrategia, desarrollo y monitoreo de contenido en redes sociales de la campaña de consumo nacional de papa en Colombia.	\$ 226.151.393	EDELMAN POSITION SAS	2018/03/26	2018/12/20	100%
010	Prestar los servicios de Auditoria Interna del Fondo Nacional de Fomento de la Papa – FNFP, teniendo en cuenta el decreto 2025 de 1996.	\$ 67.547.333	GLOBAL BUSINESS PARTNER AUDIT SAS - GBP AUDIT SAS	2018/04/02	2019/03/31	75%
011	Prestar el servicio como asesor, docente y conferencista en los talleres que se desarrollen en la ciudad de Bogotá y Cali para la actividad escuela de papa en el marco de la campaña de promoción al consumo.	\$ 46.768.312	LEONEL ARMANDO JARAMILLO SANABRIA	2018/04/10	2018/12/14	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 para todo el sistema.	\$ 27.000.000	GRUPO AGROINDUSTRIAL CAMVER S.A.S.	2018/04/15	2019/06/30	59%
013	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 para todo el sistema.	\$ 27.000.000	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE PAPA Y CULTIVOS DE CLIMA FRIO DEL MUNICIPIO DE SESQUILÉ	2018/04/15	2018/11/15	100%
014	Prestar los servicios profesionales como especialista en nutrición vegetal a medianos productores en el marco del proyecto "implementación de nuevas tecnologías mediante extensión rural en el sector productivo papa - ITPA"	\$ 5.000.000	JUAN CAMILO MORALES BELLO	2018/04/23	2018/12/31	100%
015	Prestar los servicios profesionales como especialista en manejo de plagas y enfermedades MIPE a medianos productores en el marco del proyecto "implementación de nuevas tecnologías mediante extensión rural en el sector productivo papa - ITPA"	\$ 8.600.000	ANDRÉS FELIPE ALBA CHACÓN	2018/04/23	2018/12/31	100%
016	Prestar los servicios profesionales como interventora financiera y contable sobre los recursos asignados al Proyecto ITPA".	\$ 7.705.600	JENNY CRISTINA MENDEZ VELASQUEZ	2018/06/01	1900/01/31	100%
017	Ejercer la representación judicial de los intereses de FEDEPAPA – FNFP en la Acción de Rendición de Cuentas que se presentará en contra de la ASOCIACIÓN HORTIFRUTÍCOLA DE COLOMBIA ante la Jurisdicción Civil Ordinaria durante el trámite de la primera instancia.	\$ 95.200.000	GABRIEL HERNÁNDEZ VILLARREAL ABOGADOS SAS	2018/06/28	2019/12/31	34%



## 11. ACTIVOS

Con corte a 31 de diciembre de 2018, 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
ESCRITORIO BENCH L 150*150 CM	1	\$ 615.700	\$ 615.700
SILLA GIRATORIA CORP ESPALDA/AS	1	\$ 295.000	\$ 295.000
ARCHIVADOR 1 GAV/1	1	\$ 362.900	\$ 362.900
IMAC MNE92E/A27"	1	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000
PORTATIL LENOVO V310-1 4ISK	1	\$ 1.649.000	\$ 1.649.000
ADOBE RNW VIP COMERCIAL CREATIVE CLOUD	1	\$ 3.165.793	\$ 3.165.793
CSP ANUAL	1	\$ 918.496	\$ 918.496
OFFICE HOME AND BUSINESS 2016 ESD 1 USER	7	\$ 668.406	\$ 4.678.842
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS ENERO A DICIEMBRE 2018</b>			<b>\$ 18.685.731</b>



## 12. REUNIONES JUNTA DIRECTIVA

Durante lo corrido de la vigencia 2018 se llevaron a cabo cinco reuniones de Junta Directiva del Fondo Nacional de Fomento de la Papa, mediante Actas No. 18 del 14 de marzo de 2018, No. 19 del 30 de mayo de 2018, No 20 del 21 de junio de 2018, No 21 del 20 de septiembre de 2018 y No 22 del 14 de diciembre de 2018 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. 19 se realizó de carácter extraordinario.





## 13. ENTIDADES DE CONTROL

### CONTADURÍA GENERAL DE LA NACIÓN - CHIP

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 2018
- Segundo trimestre (acumulado del 1 de enero a 30 de junio) plazo julio 2018
- Tercer trimestre (acumulado del 1 de enero a 30 de septiembre) plazo octubre 2018
- Cuarto trimestre (acumulado del 1 de enero a 31 de diciembre) plazo febrero 2019

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 2017. El informe de la vigencia 2018 se presentará en el mes de marzo de 2019.

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 2018
- Segundo trimestre (acumulado del 1 de enero a 30 de junio) plazo julio 2018
- Tercer trimestre (acumulado del 1 de enero a 30 de septiembre) plazo octubre 2018
- Cuarto trimestre (acumulado del 1 de enero a 31 de diciembre) plazo febrero 2019

### 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 2018
- Segundo trimestre (1 de abril a 30 de junio) plazo julio 2018
- Tercer trimestre (1 de julio a 30 de septiembre) plazo octubre 2018
- Cuarto trimestre (1 de octubre a 31 de diciembre) plazo enero 2019

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 2017. El informe de la vigencia 2018 se presentará en el mes de marzo de 2019.



## 14. ESTADOS FINANCIEROS

El Fondo Nacional de Fomento de la Papa presenta los estados financieros de la vigencia 2018 conforme la contabilidad pública actual, debidamente certificados por la Auditoría Interna, los cuáles serán sujetos de aprobación por parte de la Junta Directiva en la próxima sesión de 2019.

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, presentará los Estados Financieros 2018 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.



<b>FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA - FNFP</b> <b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b> <b>A 31 DE DICIEMBRE DE 2018</b> (en pesos Colombianos)			
ACTIVO	REVELACIONES	NICSP 2018	ESFA 01/01/2018
<b>EFFECTIVO</b>	<b>3</b>	694.875.325	871.851.611
BANCOS Y CORPORACIONES FINANCIERAS		694.875.325	871.851.611
<b>INVERSIONES</b>	<b>4</b>	1.501.964.976	1.303.338.385
CERTIFICADOS DE DEPOSITO A TERMINO		1.501.964.976	1.303.338.385
<b>DEUDORES</b>	<b>5</b>	475.128.502	8.904.849
RENTAS PARAFISCALES		466.958.974	-
OTROS DEUDORES		8.169.528	8.904.849
RENTAS PARAFISCALES DIFÍCIL RECAUDO		31.227.362	-
DETERIORO RENTAS PARAFISCALES		(31.227.362)	-
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>6</b>	78.529.749	85.770.042
MAQUINARIA, PLANTA Y EQUIPO - EQUIPO AGRICOLA		54.000.000	54.000.000
MUEBLES, ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA		13.557.600	13.557.600
EQUIPO DE COMUNICACION Y COMPUTACION		38.006.000	31.006.000
DEPRECIACION ACUMULADA		(27.033.851)	(12.793.558)
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>7</b>	-	-
INTANGIBLES		22.525.033	-
AMORTIZACION ACUMULADA DE INTANGIBLES		(22.525.033)	-
<b>TOTAL PARA EL ACTIVO</b>		<b>2.750.498.552</b>	<b>2.269.864.887</b>
<b>PASIVO</b>			
<b>CUENTAS POR PAGAR</b>	<b>8</b>	247.986.198	234.089.796
ADQUISICION DE BIENES Y SERVICIOS NACIONALES		235.311.014	188.301.829
ACREEDORES		-	27.760.600
RETENCION EN LA FUENTE E IMPUESTOS		11.565.155	16.509.645
RETENCION DE IMPUESTO ICA POR PAGAR		1.110.029	- 1.517.722
<b>OBLIGACIONES LABORALES</b>	<b>9</b>	59.088.182	34.190.111
SALARIOS Y PRESTACIONES SOCIALES		59.088.182	34.190.111
<b>OTROS PASIVOS</b>	<b>10</b>	6.001.420	4.180.815
RECAUDOS A FAVOR DE TERCEROS		6.001.420	4.180.815
<b>TOTAL PARA EL PASIVO</b>		<b>313.075.800</b>	<b>272.460.722</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
<b>PATRIMONIO INSTITUCIONAL</b>		-	-
RESULTADOS DE EJER ANTERIORES		2.025.319.596	2.907.709.976
IMPACTOS POR TRANSICIÓN NUEVO MARCO REGULATORIO		(27.915.431)	(27.915.431)
EXEDENTE / (DÉFICIT) DEL EJERCICIO		440.018.587	(882.390.380)
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>2.437.422.752</b>	<b>1.997.404.165</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>2.750.498.552</b>	<b>2.269.864.887</b>

LAS REVELACIONES DE LA 1 A LA 11 HACEN PARTE INTEGRAL DE LOS ESTADOS FINANCIEROS


**GERMÁN PALACIO VÉLEZ**  
 Representante Legal  
 Fondo Nacional de Fomento de la Papa

**LUZ MARÍA RINCÓN CALVO**  
 Contador Público  
 T.P. No. 40539-T


**ALEXANDRA PEDREROS CORTÉS**  
 Auditor interno  
 T.P.No. 40650-T  
 MIEMBRO GBP AUDIT S.A.S







 <b>FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA - FAFP</b> <b>ESTADO DE RESULTADOS</b> <b>01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018</b> (en pesos Colombianos)		
	REVELACIONES	NICSP 2018
<b>INGRESOS</b>		<b>5.130.187.168</b>
<b>INGRESOS FISCALES</b>	<b>11</b>	<b>5.008.892.768</b>
CUOTA DE FOMENTO		4.890.604.626
CUOTA FOMENTO VIGENCIAS ANTERIORES		118.288.142
<b>OTROS INGRESOS</b>	<b>12</b>	<b>121.294.400</b>
INTERESES DE MORA		32.768.923
FINANCIEROS		88.103.975
EXTRAORDINARIOS		421.502
<b>GASTOS</b>	<b>13</b>	<b>4.690.168.581</b>
<b>ADMINISTRACION</b>		<b>1.914.265.211</b>
SUELDOS Y SALARIOS		1.208.224.874
HONORARIOS		133.005.933
CAPACITACION Y DIVULGACION		262.233.450
CONTRIBUCIONES IMPUTADAS		6.607.243
CONTRIBUCIONES EFECTIVAS		253.157.111
APORTES SOBRE NOMINAS		51.036.600
<b>GENERALES</b>		<b>2.694.802.804</b>
ESTUDIOS Y PROYECTOS		1.835.601.442
MATERIALES Y SUMINISTROS		58.643.101
SERVICIOS PUBLICOS		8.295.360
ARRENDAMIENTOS		17.172.312
VIATICOS Y GASTOS DE VIAJE		283.282.419
COMUNICACIONES Y TRANSPORTE		7.855.574
JUNTA DIRECTIVA		23.021.123
CONTRATOS DE ADMINISTRACION		451.070.643
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA		9.530.690
COMPRA DE BASES DE DATOS		330.140
<b>IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y TASAS</b>		<b>27.752.103</b>
CUOTA DE FISCALIZACION Y AUDITAJE		8.272.818
GRAVAMEN A LOS MOVIMIENTOS FINANCIEROS		19.479.285
<b>PROVISIONES, AGOTAMIENTO, DEPRECIACIONES</b>		<b>48.519.565</b>
DETERIORO RENTAS PARAFISCALES		31.227.362
DEPRECIACION DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		14.631.873
PERDIDA EN BAJA DE PROPIEDADES		665.082
AMORTIZACION DE INTANGIBLES		1.995.248
<b>OTROS GASTOS</b>		<b>4.828.898</b>
COMISIONES Y OTROS GASTOS BANCARIOS		2.290.354
EXTRAORDINARIOS		2.538.544
<b>EXEDENTE (DEFICIT) DEL EJERCICIO</b>		<b>440.018.587</b>

LAS REVELACIONES DEL 1 A LA 13 HACEN PARTE INTEGRAL DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

  
**GERMAN PALACIO VENZ**  
 Representante Legal  
 Fondo Nacional de Fomento de la Papa

  
**LUZ MARIA KINCON CALVO**  
 Contador Público  
 T.P. No. 40539-T

  
**ALEXANDRA PEDREROS CORTÉS**  
 Auditor interno  
 T.P.No. 43050-T  
 MIEMBRO GBP AUDIT S.A.S



 <b>FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA - FNFP</b> <b>ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO</b> <b>A 31 DE DICIEMBRE DE 2018</b> (en pesos Colombianos)				
DESCRIPCIÓN	RESULTADO DEL EJERCICIO	IMPACTO NUEVO MARCO NORMATIVO	RESULTADO EJERCICIOS ANTERIORES	TOTAL PATRIMONIO
ESFA	(882.390.380)	(27.915.431)	2.907.709.976	1.997.404.165
RESULTADO DEL PERIODO	440.018.587	(27.915.431)	2.025.319.596	2.437.422.752
<b>TOTAL CAMBIOS EN EL PATRIMONIO</b>	<b>440.018.587</b>	<b>(27.915.431)</b>	<b>2.025.319.596</b>	<b>2.437.422.752</b>

LAS REVELACIONES DE LA 1 A LA 4 HACEN PARTE INTEGRAL DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

  
 GERMAN PALACIOS  
 Representante Legal  
 Fondo Nacional de Fomento de la Papa

  
 LUZ MARÍA RINCÓN CALVO  
 Contador Público  
 T.P. No. 40539-T

  
 ALEXANDRA PEDREROS CORTÉS  
 Auditor Interno  
 T.P.No. 43050-T  
 MIEMBRO GIP AUDIT S.A.S

## FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA

### REVELACIONES A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 DE DICIEMBRE DE 2018

#### 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.

Las cuentas por cobrar serán objeto de deterioro cuando se evidencie incumplimientos de pago a cargo del deudor. 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 se lleva al deterioro en un 100% para NICSP.
- Para COLGAAP con vencimiento a 360 días se lleva al deterioro en un 33% del valor.



## 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

También se debe tener en cuenta las siguientes especificaciones para determinarlos como activo o gasto:

- 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, serán activados y depreciados, con el fin de que sean controlados en el conteo físico.

## Otros Activos

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.

## **REVELACIÓN 3. EFECTIVO**

A 31 diciembre de 2018 el efectivo está representado por las cuentas de ahorro que tiene el Fondo Nacional de Fomento de la Papa y comprende:



<b>BANCOS Y CORPORACIONES FINANCIERAS</b>		<b>2018</b>	<b>ESFA</b>	<b>VARIACIÓN \$</b>	<b>VARIACIÓN %</b>
Cuentas de Ahorro	(1)	694.875.325	871.851.611	(176.976.286)	-20,30%
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>694.875.325</b>	<b>871.851.611</b>	<b>(176.976.286)</b>	<b>-20,30%</b>

(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:

<b>CUENTAS DE AHORRO</b>		<b>2018</b>	<b>ESFA</b>	<b>VARIACIÓN \$</b>	<b>VARIACIÓN %</b>
Bogota cta. No 115043317		602.310.036	606.317.428	(4.007.392)	-0,66%
Davivienda cta. No 477000045625		56.008.158	221.428.780	(165.420.622)	-74,71%
Davivienda cta. No 477000049197		36.557.131	44.105.403	(7.548.272)	-17,11%
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>694.875.325</b>	<b>871.851.611</b>	<b>(176.976.286)</b>	<b>-20,30%</b>

#### **REVELACIÓN 4. INVERSIONES**

A 31 de diciembre de 2018 las inversiones están conformadas por:

<b>INVERSIONES</b>		<b>2018</b>	<b>ESFA</b>	<b>VARIACIÓN \$</b>	<b>VARIACIÓN %</b>
Certificados de depósito a termino	(1)	1.501.964.976	1.303.338.385	198.626.591	15,24%
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>1.501.964.976</b>	<b>1.303.338.385</b>	<b>198.626.591</b>	<b>15,24%</b>

(1) El 21 de diciembre de 2018 se canceló el CDT por valor de \$ 1.500.000.000 y a su vez se constituyó una nueva inversión por valor de \$1.500.000.000 a 90 días con una tarifa del 4,8 % E. A. y unos rendimientos financieros correspondientes a 10 días del diciembre de 2018 por valor de 1.964.976.

#### **REVELACIÓN 5. DEUDORES**

A 31 de diciembre de 2018 los deudores, están conformados por:

<b>DEUDORES</b>		<b>2018</b>	<b>ESFA</b>	<b>VARIACIÓN \$</b>	<b>VARIACIÓN %</b>
Rentas parafiscales	(1)	466.958.974	0	466.958.974	100%
Otros Deudores	(2)	8.169.528	8.904.849	(735.321)	-8,26%
Rentas parafiscales difícil recaudo	(3)	31.227.362	0	31.227.362	100%
Deterioro rentas parafiscales		(31.227.362)	0	(31.227.365)	100%
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>475.128.502</b>	<b>8.904.849</b>	<b>466.223.653</b>	<b>5235,62%</b>

(1) El valor corresponde a cuentas por cobrar de cuota parafiscal así:





<b>NIT</b>	<b>TERCERO</b>	<b>VALOR</b>
8300407095	COMERCIALIZADORA NAC	71.365.572
8901074873	SUPERTIENDAS Y DROGU	45.403.647
8080027015	SUPERMERCADOS CUNDIN	33.005.114
800241598	PRODUCTOS ALIMENTICI	19.435.655
8909006089	ALMACENES EXITO S A	19.244.697
8002087851	CONGELADOS AGRICOLAS	15.217.920
8170007477	COMPAÑIA INTERNACION	12.445.402
8600203089	COMESTIBLES RICO	10.004.417
8300724191	PRODUCTORA Y COMERCI	9.815.195
9005473362	DISTRIBUIDORA CARVAJ	7.061.439
8001110363	DE LA HACIENDA LTDA	6.348.293
9001551071	CENCOSUD COLOMBIA S	6.260.003
9003062131	AGROPECUARIA DE PAPA	5.235.081
9004805691	JERONIMO MARTINS COL	4.944.032
9000612249	MERCAMIO S A	4.452.555
9006211316	FRESCOPACK S A S	4.240.087
8050217821	COMERCIALIZADORA FLO	4.221.891
9003833858	INVERCOMER DEL CARIB	4.172.571
9006491443	PRODUCTOS VICKY S A	3.539.201
9005225084	INVERSIONES SUPERVAQ	3.505.534
8000027252	VERDURAS LTDA	3.440.077
9003017423	MERCADOS COLOMBIANOS	3.143.661
9003978390	COMPAÑIA DSIERRA SAS	3.130.000
820005385	PROCESADORA Y COMERC	3.122.224
8110456076	INVERSIONES EURO S A	3.085.368
8050280414	SUPERTIENDAS CAÑAVER	3.046.091
8912240051	CHAMORRO PORTILLA S	3.032.324
8903003461	ALMACENES LA 14 S A	2.936.332
8050293216	CARIBE S A	2.930.786
192377829	BECERRA BARRETO EDIL	2.788.481
9002035663	ABASTECEMOS DE OCCID	2.692.202
9008824223	MERCADERIA S.A.S	2.596.698
192453418	CRUZ ZAMUDIO JORGE A	2.571.000
8000378355	COMERCIALIZADORA LA	2.509.486
9008506738	AOL COLOMBIA S.A.S	2.464.847
9003982887	LEGUMBRERIA OR S A S	2.453.000
9006425571	INVERSIONES VAQUITA	2.362.353
8050289916	SURTIFAMILIAR S A	2.349.612
8170025448	SUPERMERCADOS EL REI	2.346.000
8002260621	SUPERMERCADO RAPI -	2.245.483
9009311996	GRUPO EMPRESARIAL FR	2.094.625
464520901	MATEUS CELY PAOLA AN	2.057.355
142555243	ALVARADO PARRA CARLO	2.040.158
22222222	MENOS VALOR A 2 MILLONES	115.602.505
<b>TOTAL</b>		<b>466.958.974</b>



(2) Este valor corresponde al saldo por cobrar a Davivienda y Banco de Bogotá por la recuperación de la retención en la fuente de los rendimientos financieros, tanto de las cuentas de ahorro como del CDT; Para enero de 2019 se espera recibir unos ingresos por retención en la fuente por cobrar de parte del Davivienda por valor de 1.794.004.

DEUDOR	VALOR
BANCO DE BOGOTA	6.375.524
BANCO DAVIVIENDA	1.794.004
	<b>8.169.528</b>

(3) El valor corresponde al deterioro mayor a 360 días de cartera de los años 2015, 2016 y 2017 de la empresa Compass Group Services Colombia SA. NIT. 890.929.877-1

## REVELACIÓN 6. PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO

A 31 de diciembre de 2018 las propiedades, planta y equipo, están conformadas por:

PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	2018	ESFA	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %
Maquinaria y Equipo - Equipo Agrícola (1)	54.000.000	54.000.000	0	0,00%
Muebles, enseres y Equipo de oficina	13.557.600	13.557.600	0	0,00%
Equipo de comunicación y computo	38.006.000	31.006.000	7.000.000	22,58%
Depreciación Acumulada	(27.033.851)	(12.793.558)	(14.240.293)	111,31%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 78.529.749</b>	<b>85.770.042</b>	<b>(7.240.293)</b>	<b>-8,44%</b>

(1) Este valor corresponde a 2 sistemas de fertirriego adquiridos con cargo al proyecto "Implementación de Tecnologías Mediante Extensión Rural en el Sector Productivo Papa - ITPA", los cuales se instalaron y empezaron a funcionar el 23 de junio de 2018.

Para el corte de 31 de diciembre de 2018 se realiza el ajuste para NICSP, dando de baja los activos comprados en ese año que no cumplen con la política ya establecida para el manejo de los mismos, llevando directamente contra el gasto. Lo correspondiente al ESFA se lleva como impactos de transición como se verá en la revelación del patrimonio.

## REVELACIÓN 7. OTROS ACTIVOS

Las licencias se encontraban con una vida útil de 1 año y para 31 de diciembre de 2018 se amortizó en su totalidad, así:



OTROS ACTIVOS	2018	ESFA	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %
Intangibles (Licencias)	22.525.033	0	22.525.033	100%
Amortización Acumulada	(22.525.033)	0	(22.525.033)	100%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100%</b>

## REVELACIÓN 8. CUENTAS POR PAGAR

Las cuentas por pagar a 31 de diciembre de 2018, incluyen:

CUENTAS POR PAGAR	2018	ESFA	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %
Adquisición de bienes y servicios (1)	235.311.014	188.301.829	47.009.185	24,96%
Acreedores	0	27.760.600	27.760.600	-100,0%
Impuestos por pagar Retefuente	11.565.155	16.509.645	(4.944.490)	-29,95%
Impuestos por pagar Reteica	1.110.029	1.517.722	(407.693)	-26,86%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 247.986.198</b>	<b>234.089.796</b>	<b>13.896.402</b>	<b>5,94%</b>

(1) El saldo de bienes y servicios a 31 de diciembre de 2018 está conformado por:

P & A Productions SA	95.092.787	(a)
Edelman Position SA	41.578.864	(b)
Fedepapa	32.732.792	(c)
Gabriel Hernandez Villareal	25.070.400	(d)
Americana Digital Impresiones	15.884.085	(e)
Bernal Asesores SA	4.377.479	(f)
Méndez Velásquez Jenny	4.205.554	(g)
Alba Chacon Andres Felipe	3.575.160	(h)
Colombian Tourist SA	1.226.452	(i)
Menores a 1 millón	11.567.441	
<b>TOTAL</b>	<b>235.311.014</b>	

(a) Corresponde a dos (2) facturas de venta No. 0000A243, por concepto de tercer pago y la N° 0000A355, por concepto de cuarto pago del contrato N° 008 de 2018 Acciones BTL en Fruver.

(b) Corresponde a la factura de venta No 4150, por concepto de último pago según contrato N° 009 – Manejo de medios digitales.

(c) Corresponde a la factura de venta No 2000-000202, de conformidad con lo establecido en el parágrafo 3 del artículo 13 de la Ley 1707 de 2014, el valor de la contraprestación por la administración del Fondo Nacional de Fomento de la Papa y recaudo de la Cuota de Fomento que recibirá FEDEPAPA, será suma equivalente al 10%. De tal manera, se encuentran pagos por realizar por concepto de cuota de administración del mes de diciembre.



- (d) Corresponde a la factura No 30 por concepto de segundo pago según contrato de prestación de servicios No 017 para ejercer la representación judicial de los intereses de FEDEPAPA – FNFP en la Acción de Rendición de Cuentas que se presentará en contra de ASOHOFRUCOL, ante la Jurisdicción Civil Ordinaria durante el trámite de la primera instancia.
- (e) Corresponde a la factura No 3595 por concepto de calendarios, libretas y programadores de 2019.
- (f) Corresponde a la factura de venta No 0058 por concepto de segundo y último pago del 50% según contrato No 005, asesoría en normas internacionales para entidades públicas.
- (g) Corresponde a las cuentas de cobro No 2018-005, 2018-006 y 2018-007 por concepto de honorarios como interventora del proyecto ITPA de los meses de octubre, noviembre y diciembre.
- (h) Corresponde a la cuenta de cobro No 3-2018 por concepto de prestación de servicios profesionales según contrato No 015 de 2018. – Especialista MIPE
- (i) Corresponde a la factura de venta No TS01-141694 por concepto de compra de tiquetes de Luis Felipe Alvarado.

## REVELACIÓN 9. OBLIGACIONES LABORALES

El saldo a 31 de diciembre de 2018, comprende:

OBLIGACIONES LABORALES		2018	ESFA	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %
Nomina por pagar	(1)	55.856.156	34.190.111	21.666.045	63,37%
Provisión prestaciones sociales	(2)	3.232.026	0	3.232.026	100%
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>59.088.182</b>	<b>34.190.111</b>	<b>24.898.071</b>	<b>72,82%</b>

- (1) Este valor corresponde a las liquidaciones de contratos de trabajo de empleados que quedaron pendientes de pago por motivo de firma.
- (2) Corresponde a las Cesantías, Intereses de Cesantías y Vacaciones de la empleada Zulma García, a quien no se le terminó el contrato por motivo de maternidad.





## REVELACIÓN 10. OTROS PASIVOS

El saldo a 31 de diciembre de 2018, comprende:

OTROS PASIVOS		2018	ESFA	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %
Recaudos a Favor de Terceros	(1)	6.001.420	4.180.815	1.820.605	43,55%
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>6.001.420</b>	<b>4.180.815</b>	<b>1.820.605</b>	<b>43,55%</b>

(1) Este valor corresponde a 30 consignaciones de recaudadores sin identificar.

## REVELACIÓN 11. INGRESOS FISCALES

A 31 de diciembre de 2018 los ingresos operacionales incluyen:

INGRESOS FISCALES		NICSP 2018
Rentas parafiscales	(1)	4.890.604.626
Vigencia Anterior	(2)	118.288.142
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>5.008.892.768</b>

(1) **Rentas parafiscales**, el saldo a 31 de diciembre de 2018 comprende el siguiente detalle:

NIT	TERCERO	VALOR
8300407095	COMERCIALIZADORA NAC	540.231.917,00
8901074873	SUPERTIENDAS Y DROGU	496.817.072,00
8909006089	ALMACENES EXITO S A	422.973.209,00
8002087851	CONGELADOS AGRICOLAS	343.986.776,00
8170007477	COMPAÑIA INTERNACION	201.538.808,00
8600203089	COMESTIBLES RICO	169.070.869,00
800241598	PRODUCTOS ALIMENTICI	109.456.925,00
9003062131	AGROPECUARIA DE PAPA	95.138.729,00
8300724191	PRODUCTORA Y COMERCI	85.922.890,00
9001551071	CENCOSUD COLOMBIA S	68.114.792,00
9004805691	JERONIMO MARTINS COL	49.760.622,00
9006211316	FRESCOPACK S A S	47.835.755,00
9003833858	INVERCOMER DEL CARIB	46.013.990,00
9000612249	MERCAMIO S A	43.953.506,00
8050217821	COMERCIALIZADORA FLO	41.621.186,00
8080027015	SUPERMERCADOS CUNDIN	41.571.943,00
8050280414	SUPERTIENDAS CAÑAVER	38.974.289,00
8903003461	ALMACENES LA 14 S A	38.285.853,00
8001110363	DE LA HACIENDA LTDA	36.227.333,00



<b>NIT</b>	<b>TERCERO</b>	<b>VALOR</b>
820005385	PROCESADORA Y COMERC	35.177.176,00
9005225084	INVERSIONES SUPERVAQ	34.913.678,00
9003978390	COMPAÑIA DSIERRA SAS	34.082.841,00
8110456076	INVERSIONES EURO S A	33.846.641,00
9005473362	DISTRIBUIDORA CARVAJ	32.836.366,00
8000027252	VERDURAS LTDA	32.400.591,00
192453418	CRUZ ZAMUDIO JORGE A	32.269.000,00
9001602655	INVERSIONES RIOS GAL	31.175.471,00
8050293216	CARIBE S A	29.042.230,00
9008506738	AOL COLOMBIA S.A.S	28.944.297,00
8000378355	COMERCIALIZADORA LA	28.272.255,00
9008824223	MERCADERIA S A S	27.267.970,00
8170025448	SUPERMERCADOS EL REI	27.265.448,00
9003982887	LEGUMBRERIA OR S A S	26.662.500,00
9003017423	MERCADOS COLOMBIANOS	26.512.312,00
9006425571	INVERSIONES VAQUITA	26.286.610,00
8050289916	SURTIFAMILIAR S A	26.211.322,00
192377829	BECERRA BARRETO EDIL	24.652.929,00
464520901	MATEUS CELY PAOLA AN	23.080.212,00
142555243	ALVARADO PARRA CARLO	21.406.104,00
9007409003	HORTALIZAS BOYACA S.	21.071.600,00
9006491443	PRODUCTOS VICKY S A	20.596.446,00
8002260621	SUPERMERCADO RAPI -	19.242.237,00
8600073361	CAJA COLOMBIANA DE S	19.238.168,00
9002035663	ABASTECEMOS DE OCCID	18.892.724,00
9000789953	COMERCIALIZADORA CHA	17.983.167,00
8300422126	PROALIMENTOS LIBER S	17.463.817,00
8909295023	INDUSTRIAS ALIMENTIC	17.331.162,00
8600254610	COMPAÑIA COMERCIAL E	16.990.574,00
8002304477	SODEXO S A	16.503.950,00
8110333743	LEGUMBRES HERIBERTO	16.212.617,00
8050151511	QUICENO Y CIA S C A	15.542.065,00
9006506184	JAIVERDE PROVEEDORA	15.202.159,00
8912240051	CHAMORRO PORTILLA S	15.000.770,00
9008731958	LHM EXPRESS S A S	13.840.393,00
9004187309	COMERCIALIZADORA DE	13.269.750,00
8320056175	SURTIFRUVER DE LA SA	13.188.175,00
8260003610	ALMACENES PARAISO S	12.845.928,00
8908070471	CUATRO MILPAS S A S	12.636.874,00
8301035155	GRUPO C B C S A cali	12.538.684,00
9007866569	CAMPO VIVO NEGOCIO S	12.259.238,00
9000201553	INVERSIONES MERCA Z	12.011.863,00
8903155408	PRODUCTOS YUPI S A S	11.303.353,00
9003152376	COMERCIALIZADORA NAL	11.154.194,00



<b>NIT</b>	<b>TERCERO</b>	<b>VALOR</b>
9002802491	L & S LOGISTICA Y SU	11.103.440,00
8903032085	CAJA DE COMPENSACION	11.030.016,00
9002769621	KOBA COLOMBIA S A S	10.953.783,00
8002521760	MERCACENTRO SAS	10.816.936,00
122409544	ARCINIEGAS ROMERO OS	10.484.138,00
83561228	ZULUAGA GIRALDO ANDR	10.299.410,00
194672817	HERNANDEZ BELTRAN CA	10.056.220,00
8300656450	COMERCIALIZADORA REM	10.055.652,00
171192302	DAZA GUERRERO EDILBE	9.925.288,00
9009311996	GRUPO EMPRESARIAL FR	9.669.663,00
8914085845	FRISBY S A	9.495.979,00
8001793360	INVERSIONES IBERO CA	9.317.796,00
114106815	RODRIGUEZ REINA HERN	9.317.500,00
983648233	SELECCIONADORA DE PA	9.095.154,00
220815821	GIRALDO PINEDA TERES	8.912.250,00
9002736868	COMERCIALIZADORA MER	8.819.632,00
8001067740	MERCADO ZAPATOCA LTD	8.661.310,00
72137086	ESPEJO CAMARGO JOSE	8.524.868,00
8110039482	COMERCIALIZADORA FRU	8.248.916,00
130591530	PANTOJA ROMO JORGE E	8.129.000,00
8001172041	AGENCIA LOGISTICA DE	8.104.141,00
9003504618	COMERCIALIZADORA DE	8.020.618,00
193279015	OLMOS SIERRA MARTIN	7.831.825,00
193773518	CRUZ MUÑOZ ROBERTO	7.759.000,00
9001969721	DISFRUTO LTDA	7.654.621,00
8002239572	COMITATO INTERNAZION	7.481.896,00
8050270244	SUPERMERCADO LA GRAN	7.326.960,00
8909009431	COLOMBIANA DE COMERC	7.270.414,00
79279578	CRUZ MUÑOZ RAFAEL	7.167.000,00
413232668	BENITEZ DE GALAN MAR	7.043.950,00
9010375626	GRUPO F.R.C S.A.S	6.996.083,00
8001171978	AGENCIA LOGISTICA DE	6.926.677,00
8000358127	SELECPACOL LTDA	6.909.961,00
117861420	CAMPANA CORAL JOSE F	6.886.669,00
9010431452	UNIFRUVER DE COLOMBI	6.818.989,00
129869094	MORA ACOSTA MANUEL A	6.604.284,00
9005765695	SUPERMERCADO BETEL C	6.432.056,00
9008808391	SUPERMERCADOS GALERI	6.394.230,00
9005768303	PRODUCTOS LA TRIBU C	6.377.962,00
793213095	MORA URREA URIEL	6.332.442,00
9003766742	ALIMSO CATERING SERV	6.262.311,00
794660133	VIDAL OROZCO JOSE	6.183.905,00
206152790	BALAGUERA DE MEDINA	6.116.247,00
9001399100	DON JEDIONDO SOPITAS	6.079.413,00



NIT	TERCERO	VALOR
524167612	JIMENEZ GIL LIDA PAT	5.994.483,00
8240037247	REYES LOPEZ S A S	5.942.506,00
9004225949	INVERSIONES VIVE AGR	5.894.655,00
9008698981	CORREA REYES E HIJOS	5.606.509,00
8001171842	AGENCIA LOGISTICA DE	5.439.817,00
8300756374	INVERSIONES COMUNAL	5.428.649,00
83541616	ZULUAGA GIRALDO VICT	5.419.595,00
8150024592	MERCAPAVA S A	5.338.650,00
9000165210	FRUTIVER 1 A S A S	5.203.847,00
9008157761	TERE'S FOOD COMPANY	5.203.763,00
801330643	PUENTES GALVIS LUIS	5.172.000,00
9007436682	FRESH WORLD SAS	5.130.144,00
705128079	DUQUE MEJIA ROBERTO	5.095.067,00
8300074307	SERVICIAL S A	5.016.485,00
222222222	MENORES A CINCO MILLONES	582.697.526,00
<b>TOTAL</b>		<b>4.890.604.626,00</b>

Dentro del total se identifica un valor de **\$ 394.146.587** que se espera recibir en enero de 2019 correspondiente al recaudo de diciembre de 2018, y un valor de **\$ 34.854.921** que corresponde a la cartera de cuota de fomento identificada de los recaudadores Supermercados Cundinamarca S.A. y Compass Group Service Colombia S.A.

(2) Vigencias anteriores, con saldo a 31 de diciembre de 2018 de:

NIT	TERCERO	VALOR
8300407095	COMERCIALIZADORA NAC	37.159.916,00
8909298771	COMPASS GROUP SERVIC	31.227.362,00
9008824223	MERCADERIA S.A.S	15.755.516,00
8300115095	ASOHOFRUCOL	12.335.146,00
9005197294	AUTORIDADES INDÍGENA	8.799.200,00
9000256328	FUNDACIÓN PRESERVAR	8.482.150,00
8050204331	CASA DE LOS TENDEROS	643.588,00
44426910	GRAJALES GALLEGO JOS	626.750,00
9005765695	SUPERMERCADO BETEL C	421.814,00
8600463415	FEDEPAPA	350.000,00
9008533001	CUBILLOS SOLORZANO S	269.170,00
9007346131	INVERSIONES AGUAZUL	251.995,00
9004245235	DEHOY S A S	231.258,00
8050280414	SUPERTIENDAS CAÑAVER	162.185,00
9001399100	DON JEDIONDO SOPITAS	132.249,00
326581894	VERGARA JARABA LIBIA	105.100,00
222222222	MENORES A CIEN MIL	1.334.743,00
<b>TOTAL</b>		<b>118.288.142,00</b>





Dentro del total se identifica un valor de **\$ 37.957.466** que se espera recibir en enero de 2019 correspondiente al recaudo de vigencias anteriores y un valor de **\$ 31.227.365** que corresponde a cartera identificada de Compass Group Service Colombia S.A. de las vigencias de 2015, 2016 y 2017.

## REVELACIÓN 12. OTROS INGRESOS

Presenta otros ingresos a 31 de diciembre de 2018 que incluyen:

OTROS INGRESOS		2018
Intereses de Mora	(1)	32.768.923
Financieros	(2)	88.103.975
Extraordinarios	(3)	421.502
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>140.352.809</b>

(1) Intereses de mora, el saldo a 31 de diciembre de 2018:

NIT	TERCERO	VALOR
9008824223	MERCADERIA S A S	6.902.331,00
9005197294	AUTORIDADES INDIGENA	5.466.800,00
117861420	CAMPANA CORAL JOSE F	3.332.502,00
8300407095	COMERCIALIZADORA NAC	2.753.171,00
8200053858	PROCESADORA Y COMERC	2.449.396,00
9007409003	HORTALIZAS BOYACA S.	1.667.664,00
9004225949	INVERSIONES VIVE AGR	1.642.674,00
9005473362	DISTRIBUIDORA CARVAJ	1.252.400,00
9005768303	PRODUCTOS LA TRIBU C	692.766,00
8001110363	DE LA HACIENDA LTDA	670.546,00
8909006089	ALMACENES EXITO S A	627.192,00
8912240051	CHAMORRO PORTILLA S	544.732,00
192377829	BECERRA BARRETO EDIL	289.356,00
8002415988	PRODUCTOS ALIMENTICI	287.519,00
8300724191	PRODUCTORA Y COMERCI	227.329,00
297756752	SOTO BUSTAMANTE CLAU	218.772,00
121929247	RAMIREZ MACIAS DARIO	208.680,00
9000819614	PAGA S A	197.893,00
8002260621	RAPIMERCAR S A	189.689,00
9002769621	KOBA COLOMBIA S A S	163.438,00
9000548453	SU PAPA SUPERMERCADO	154.950,00
802105873	MARTINEZ BARRETO RAF	147.400,00
8170007477	COMPAÑIA INTERNACION	139.224,00
9003352411	MIS CARNES PARRILLA	129.323,00



<b>NIT</b>	<b>TERCERO</b>	<b>VALOR</b>
239624573	MUÑOZ DE GOMEZ ROSA	114.796,00
8600203089	COMESTIBLES RICO	100.851,00
8110456076	INVERSIONES EURO S A	92.574,00
8300104386	SERVICIOS ALIMENTICI	88.820,00
114127228	CHINGATE AGUDELO FAB	87.088,00
8000027252	VERDURAS LTDA	87.086,00
9008143581	GRUPO EMPRESARIAL AH	82.731,00
8080027015	SUPERMERCADOS CUNDIN	75.980,00
523061596	HERNANDEZ ULLOA GLAD	74.959,00
8909203040	PEPSICO ALIMENTOS CO	72.812,00
9007930465	INVERSIONES MARTINEZ	68.808,00
9008506738	AOL COLOMBIA S.A.S	66.997,00
9005225084	INVERSIONES SUPERVAQ	60.920,00
57124956	FORERO MASMELA JOSE	58.927,00
9004237964	PRECOCIDOS Y CONGELA	54.920,00
8001976901	COMERCIALIZADORA THE	52.239,00
222222222	MENORES A CINCUENTA MIL	1.172.668,00
<b>TOTAL</b>		<b>32.768.923,00</b>

- (2) Los ingresos financieros están conformados por los intereses recibidos de las cuentas de ahorro y el CDT, que tiene el Fondo con Banco de Bogotá y Banco Davivienda.
- (3) Corresponde a ingresos recibidos por incapacidades \$ 352.241 y aprovechamientos \$69.261.

### **REVELACIÓN 13 GASTOS**

Los gastos a 31 de diciembre de 2018 incluyen:

<b>GASTOS</b>	<b>NICSP</b>
Sueldos, salarios	1.208.224.874
Honorarios	133.005.933
Capacitación y Divulgación	(1) 262.233.450
Contribuciones Imp (Incapacidades)	(2) 6.607.243
Contribuciones efectivas	(3) 253.157.111
Aportes sobre la nómina	(4) 51.036.600
Estudios y Proyectos (campaña consumo)	1.835.601.442
Materiales y suministros (papelería)	58.643.101
Servicios públicos	8.295.360
Arrendamientos	17.172.312
Viáticos y gastos de viaje	(5) 283.282.419
Comunicaciones y Transporte	7.855.574
Junta Directiva	(6) 23.021.123



<b>GASTOS</b>		<b>NICSP</b>
Contratos de administración	(7)	451.070.643
Muebles, equipos de oficina y software		9.530.690
Compra Base de Datos		330.140
Impuestos, tasas y contribuciones		27.752.103
Deterioro rentas parafiscales	(8)	31.227.365
Depreciaciones	(9)	14.631.873
Perdida en baja de propiedad		665.082
Amortizaciones		1.995.248
Otros gastos	(10)	4.828.898
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4.690.168.581</b>

- (1) Corresponde a las capacitaciones dadas por los extensionistas a los agricultores y a la realización de los seminarios internacionales de papa.
- (2) Durante la vigencia 2018, se han presentado incapacidades más prologadas por parte del equipo de trabajo del FNFP.
- (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 de viaje para la socialización del cronograma de actividades, divulgación del fondo, seguimiento de objetivos y metas, levantamiento de información para costos de producción.
- (6) Este rubro se presenta debido a los gastos incurridos en la realización de la primera junta directiva de la vigencia 2018, la cual en el mes de marzo se realizó en la ciudad de Armenia Quindío, en el marco del segundo seminario internacional de papa.
- (7) 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.
- (8) Corresponde al deterioro de rentas parafiscales difícil recaudo de los años 2015, 2016 y 2017 de la empresa Compass Group Services Colombia SA.
- (9) Corresponde a la depreciación de activos fijos del año 2018 según las políticas contables NICSP.



(10) Corresponde a:

- Comisiones	\$ 2.290.354
- Baja de activos	\$ 2.531.020
- Ajuste al peso	\$ 7.524

**PAULA ANDREA GARAVITO GUARÍN**

**Directora FANFP**