

# Informe de Gestión

## 2016



## TABLA DE CONTENIDO

- I. MARCO LEGAL
- II. CONTRATO ADMINISTRACION - FONDO NACIONAL DE LA PAPA
- III. TRASLADO DE RECURSOS POR PARTE DE ASOHOFRUCOL
- IV. ENTORNO DEL SECTOR
- V. RECAUDO CUOTA DE FOMENTO
- VI. INFORME PRESUPUESTAL Y FINANCIERO
- VII. INFORME PROGRAMAS Y PROYECTOS
  - a. ESTUDIOS ECONÓMICOS
    - i. *Sistematización, Control a la Evasión y Elusión de la Cuota de Fomento de la Papa*
    - ii. *Sistemas de Información*
    - iii. *Secretaría Técnica – Apoyo para el Funcionamiento y Operatividad de la Cadena Agroalimentaria de la Papa*
    - iv. *Seminario Internacional de la Papa*
    - v. *Estudio Comparativo de Formalización del Mercado Laboral Agrícola Colombiano*
    - vi. *Estudios Sobre Política Comercial e Internacional de Productos Agrícolas*

b. *INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA*

- i. *Núcleos Progresivos de Asistencia Técnica en el Sector Productivo de Papa*

c. *COMERCIALIZACIÓN*

- i. *Estrategias para Generar Nuevos Momentos y Formas de Consumo de Papa en Fresco*

- ii. *Plan Estratégico de Consumo de Papa 2017 al 2021*

VIII. *AUDITORIA INTERNA*

IX. *SISTEMAS - CUMPLIMIENTO NORMAS DERECHO DE AUTOR*

X. *CONTRATACIONES Y SEGUROS*

XI. *ACTIVOS.*

XII. *REUNIONES DEL ORGANO MÁXIMO DE DIRECCIÓN.*

XIII. *ENTIDADES DE CONTROL*

XIV. *ESTADOS FINANCIEROS*

## INFORME DE GESTIÓN AÑO 2016

### **I. MARCO LEGAL**

El Fondo Nacional de Fomento de la Papa - FAFP 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.



## II. 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 FEDERACION COLOMBIANA DE PRODUCTORES DE PAPA-**FEDEPAPA**, creado mediante la Ley 1707 de 2014, reglamentada por el Decreto 2263 de 2014 y las demás normas que regulan la materia”* cuya vigencia es de 5 años contados a partir de la suscripción del mismo.

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 2016.

### III. 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”.*

Desde la vigencia 2015, el administrador ha adelantado diferentes acciones con el fin de obtener respuesta por parte de Asohofrucol de los dineros disponibles y no comprometidos por concepto de cuota de fomento de papa, sin obtener avances importantes a la fecha del presente informe, las cuales se resumen a continuación:

- El 2 de marzo de 2016, la federación fue citada por Asohofrucol con el fin de retomar el proceso de empalme con la nueva auditoría de Asohofrucol (Garssa Consultores), manifestando que la información solicitada era la entregada en cuadros de Excel en octubre de 2015, sin entrega de soportes. Ante lo cual, el administrador mediante comunicación del 10 de marzo de 2016, dirigida a la Secretaría General del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, solicita la intervención del mismo en el proceso.
- El 24 de junio, la Secretaria General convoca a reunión a los administradores y auditorías, en la cual no se presentó Asohofrucol, citando para el 27 de Junio de 2017, generando como compromisos que al 30 de septiembre se finalizara el proceso de entrega de documentos y verificación de los mismos, donde soporte el saldo final a trasladar al Fondo Nacional de Fomento de la Papa.
- El 12 de septiembre de 2016, la Federación informa al Ministerio de Agricultura que, a pesar de estar próximo a vencerse el plazo concertado entre las partes, no se había obtenido por parte de Asohofrucol información alguna, ni de las vigencias anteriores, ni de la verificación de soportes enviados por FEDEPAPA de consignaciones realizadas por error al anterior administrador en el 2015 y corrido de 2016.

- Posteriormente, en citación por parte de la Secretaría General del Ministerio, no se presentó Asohofrucol y remitió comunicación con concepto jurídico el día 12 de octubre de 2017, manifestando que solamente realizaría traslado de recursos desde la vigencia de la Ley 1707, cuyo valor ascendía a la suma de \$272.490.441, desconociendo el concepto jurídico emitido por el Ministerio.
- Nuevamente se citaron reuniones el 5, 11, 18 y 20 de octubre donde Fedepapa siempre participó, pero no se obtuvo resultados diferentes.
- El 25 de noviembre, Asohofrucol consigna en la cuenta del Fondo Nacional de Fomento de la Papa la suma de \$272.490.441, los cuales fueron registrados como ingresos extraordinarios denominada “Traslados Recursos Fondos Parafiscales”.

A partir de noviembre de 2016 y hasta la fecha, las auditorías de los dos administradores realizan sesiones de verificación de documentos de los recursos consignados, pero no de vigencias anteriores, y tampoco de los soportes entregados por **FEDEPAPA** respecto de recaudo consignado a Asohofrucol por error del recaudador en las vigencias 2015 y 2016.

## IV. ENTORNO ECONÓMICO

### 1. CONTEXTO INTERNACIONAL

El 2016 fue un año que muchos analistas catalogaron como atípico, hubo un sin número de eventos en materia política que lograron reflejarse en los mercados del mundo. El informe de *Perspectivas económicas mundiales 2016*<sup>1</sup>, publicado por el Banco Mundial, evidencia como las economías en desarrollo crecieron menos de lo que se había previsto, pero más que el registrado en el 2015.

La desaceleración en la economía China, dada principalmente por los bajos niveles de inversión y la alta dependencia de la achicada demanda externa, han afectado el desempeño de este país que venía presentando cifras de crecimiento promedio anual cercanas al 9% durante los últimos quince años. Por otro lado, el comportamiento de economías emergentes como la rusa y brasileña, han tenido fuertes detrimentos en sus niveles de confianza, hecho que termina disminuyendo la inversión externa en los mismos, y que finalmente termina afectando el producto interno.

Según las cifras de este mismo organismo, para el año 2016<sup>2</sup> la economía alcanzó un crecimiento de 2.9%, manteniendo un comportamiento relativamente estable durante el último trienio, a pesar de los diferentes eventos que ya se han venido mencionando, y adicionando a ellos la caída del precio internacional del petróleo, gas y materias primas, entre muchos más que hicieron que la economía no repuntara a los niveles previos a la crisis de 2008.

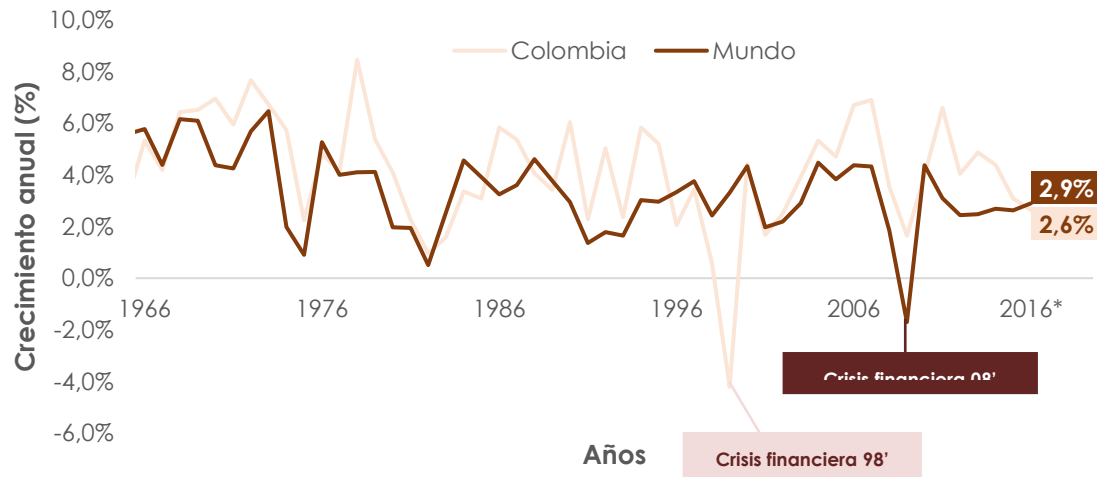
En el caso colombiano, la economía creció en 2.6%, cifra que responde a los diferentes choques recibidos durante el año, a saber, el fenómeno del niño, paro camionero, ocurrencia de una de las inflaciones más altas en los últimos quince (15) años, fuertes caídas en los precios internacionales del petróleo y el aumento en las tasas de interés de referencia por parte del Banco de la República.

---

<sup>1</sup> Global Economic Prospects Weak Investment in Uncertain Times, World Bank january-2017.

<sup>2</sup> Estimado preliminar esperado por el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional.

**GRAFICA 1. CRECIMIENTO DEL PIB (%) MUNDIAL (COMPARATIVO CON COLOMBIA)  
1965-2016\***



\*Preliminar

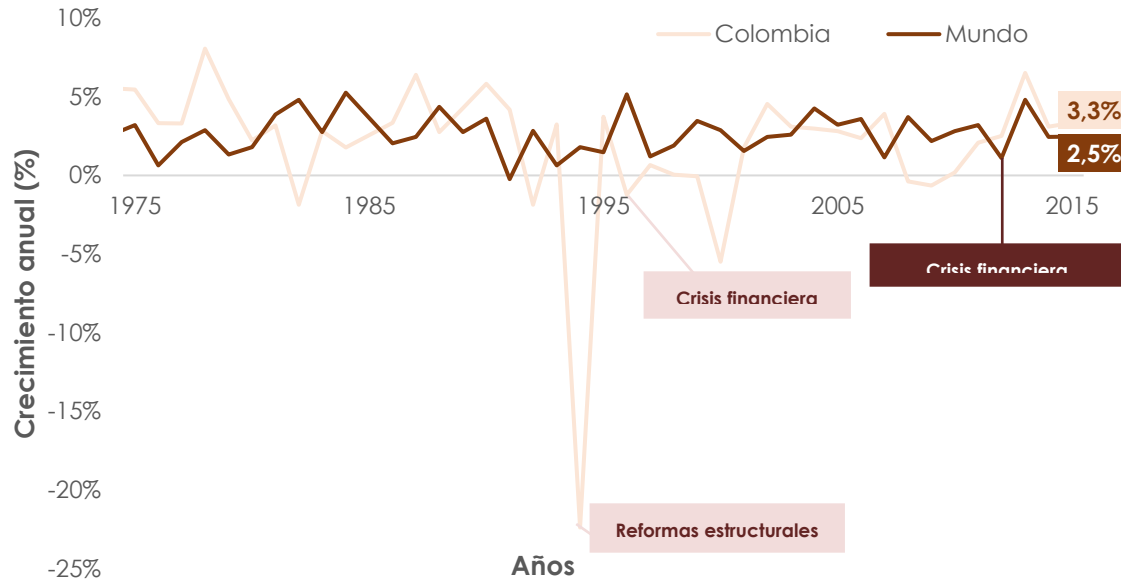
Fuente: World Bank - Cálculos sistemas de información FNFP-Fedepapa

En materia agrícola es importante reconocer que hay tres fuentes principales de crecimiento en la producción de cultivos. El primero es el aumento de la tierra cultivada, segundo el incremento de la frecuencia de las cosechas (a menudo mediante regadío) y tercero el aumento de los rendimientos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede observar que las cifras del crecimiento de la agricultura a nivel mundial, muestran una tendencia a la baja durante el último trienio, cuestión que es explicada por la alteración del rendimiento en muchas regiones, pues según estimaciones del banco mundial, estos pudieran disminuir hasta un 25% debido a las alteraciones de tipo climático. Este organismo, establece que la agricultura a nivel mundial creció un 2.5% (mientras en Colombia lo hizo 3.3%) en comparación con el año anterior (Grafico 2).



**GRAFICA 2. CRECIMIENTO AGRICULTURA (%) MUNDIAL (COMPARATIVO CON COLOMBIA) 1975-2015**



Fuente: World Bank - Cálculos sistemas de información FNFP-Fedepapa

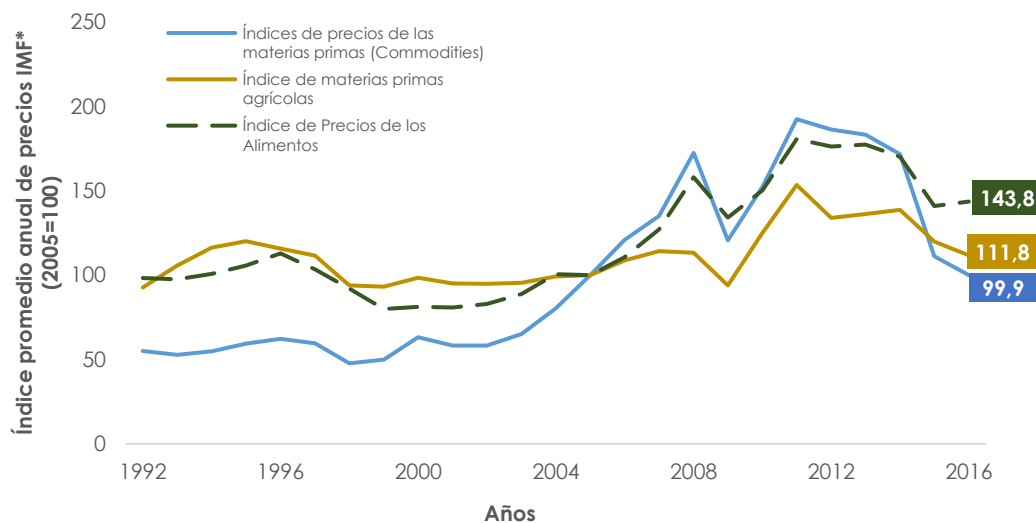
En Colombia, el crecimiento del agro estuvo por encima del estimado mundial, a pesar de la contracción de la oferta agrícola del primer semestre, causada por el fenómeno del niño, sumado a la caída de los precios del petróleo. La contrariedad a la coyuntura vivida, responde a factores como el costo alto del dólar y las expectativas sobre el agro debido al postconflicto, jugando así a favor del sector e impidiendo una férvida caída.

## 1.1. PRECIOS INTERNACIONALES DE LAS MATERIAS PRIMAS

Si bien el común en estos dos años en el mundo ha sido el bajo nivel de crecimiento en el PIB, el tema no deja de ser otro al analizar los precios, pues a diciembre de 2015 el índice de precios de materias primas del FMI muestra una tendencia a la baja en índices. El muy ligero y efímero repunte en 2016 de los precios de los alimentos se debe al déficit en muchas regiones del mundo debido a las condiciones meteorológicas anormales, contrastando así con lo ocurrido con los combustibles y biocombustibles cuyo abaratamiento fue uno de los eventos de especial atención durante el año.

Todos estos factores han ayudado a profundizar los bajos niveles de confianza de muchos inversionistas, que, debido a la incertidumbre mundial, y al escepticismo en la capacidad de recuperación, principalmente de la demanda, han abandonado las materias primas y valores, hecho que claramente repercute en la negociación de los mismos en los mercados.

**GRAFICA 3. ÍNDICE DE PRECIOS DE LAS MATERIAS PRIMAS DEL FMI\* 1992-2016**

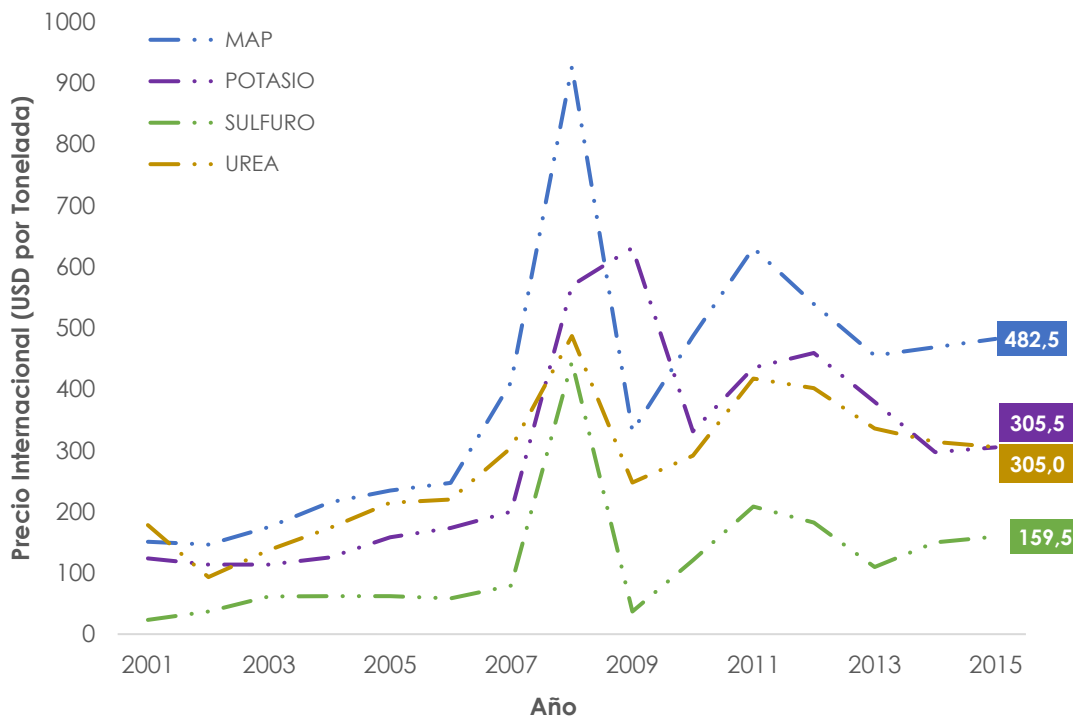


\*Índice base 2005=100

Fuente: International Monetary Fund (IMF)- Cálculos sistemas de información FNFP-Fedepapa

En lo que respecta, al comportamiento de los precios internacionales de fertilizantes, en el año 2015 se evidencia un ligero repunte, especialmente en aquellos que involucran fósforo y potasio, debido a la escasez en el primer caso y a los altos costos de extracción en el segundo respectivamente. Por su parte, la urea a contravía de sus semejantes, presentó una tendencia a la baja explicada por la disminución en el precio del petróleo, que a su vez repercute directamente en el precio del gas, a la vez que este último es el principal insumo para su producción.

**GRAFICA 4. PRECIOS INTERNACIONALES DE FERTILIZANTES SIMPLES 2001-2015**



Fuente: International Monetary Fund (IMF)- Agronet- Cálculos sistemas de información FNFP-Fedepapa

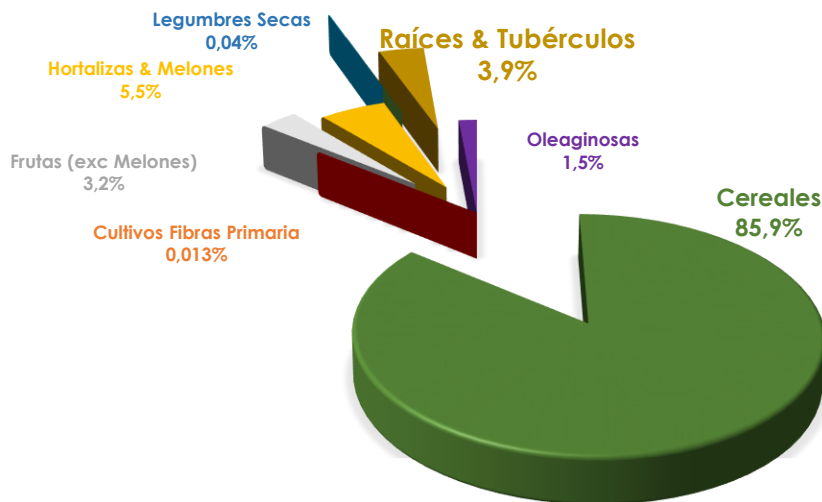
## 1.2. PRODUCCIÓN MUNDIAL DE ALIMENTOS

En el ámbito de la producción internacional, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO por sus siglas en inglés), compila los resultados mundiales de los alimentos, calculando así que para el año 2014<sup>3</sup> los tubérculos y raíces

<sup>3</sup> Cifra obtenida a partir de los datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, tomando como base cinco (5) divisiones geográficas: América, Oceanía, África, Asia y la Unión Europea. De igual forma, se calculó teniendo en cuenta los siguientes grupos de cultivos: cereales, cultivos fibras primaria, frutas (excluidos melones), hortalizas y melones, legumbres secas, nueces (toda clase), raíces y tubérculos, tortas oleaginosas, y yute y fibras afines.

participaron un 4% del total producido, mientras que la papa participo de un 0.03% (477 millones de toneladas).

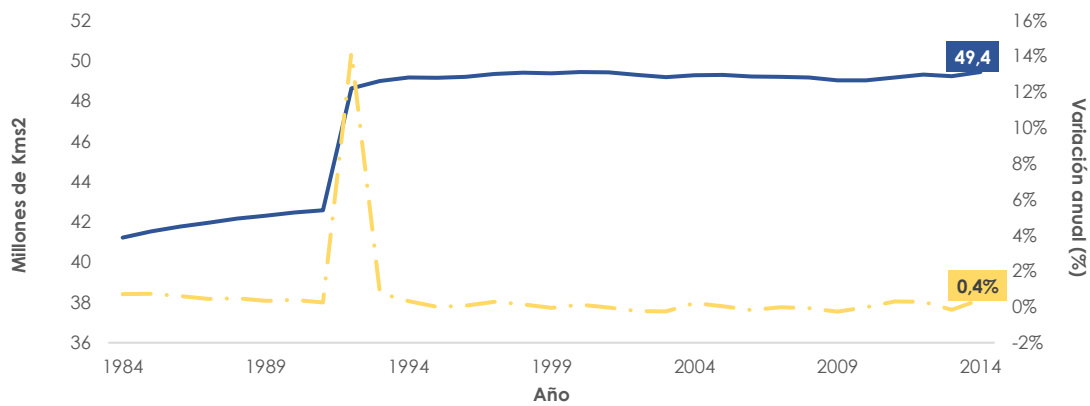
**GRAFICA 5. PARTICIPACIÓN POR TIPO DE ALIMENTO EN LA PRODUCCIÓN MUNDIAL 2014**



**Fuente:** Datos FAO, Cálculos Sistemas de información FNFP-Fedepapa

Durante este periodo, el crecimiento agrícola de la región presenta variaciones muy disimiles al del valor agregado agrícola mundial, pues mientras que en el último periodo la tierra agrícola creció en un 0.4% estableciéndose así en 49.4 millones de kilómetros cuadrados (grafica 6.), el valor agregado ha sido constante en los últimos 30 años. Este último evento responde a hechos como que la demanda global se adecue a agricultura que crece a un ritmo sostenido, especialmente durante las últimas décadas (grafica 8.).

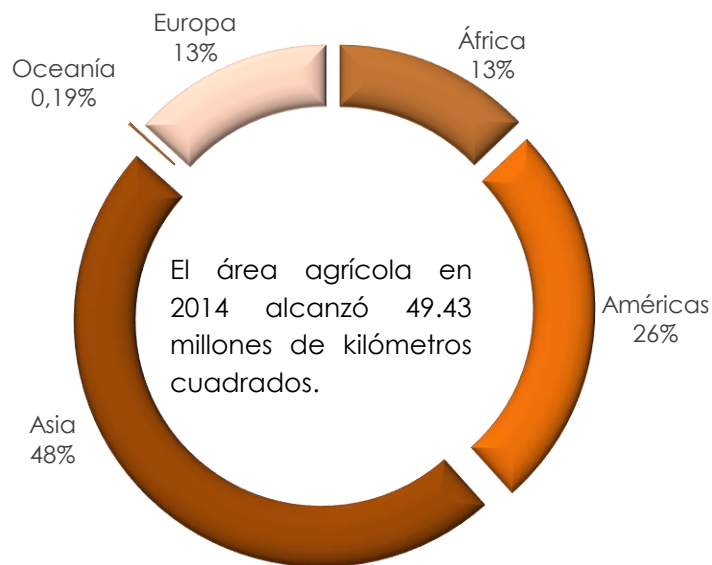
**GRAFICA 6. CRECIMIENTO TIERRAS AGRÍCOLAS 1984-2014**



Fuente: Banco

Mundial, Cálculos Sistemas de información FNFP-Fedepapa

**GRAFICA 7. DISTRIBUCIÓN DE LA TIERRA AGRÍCOLA POR CONTINENTE**



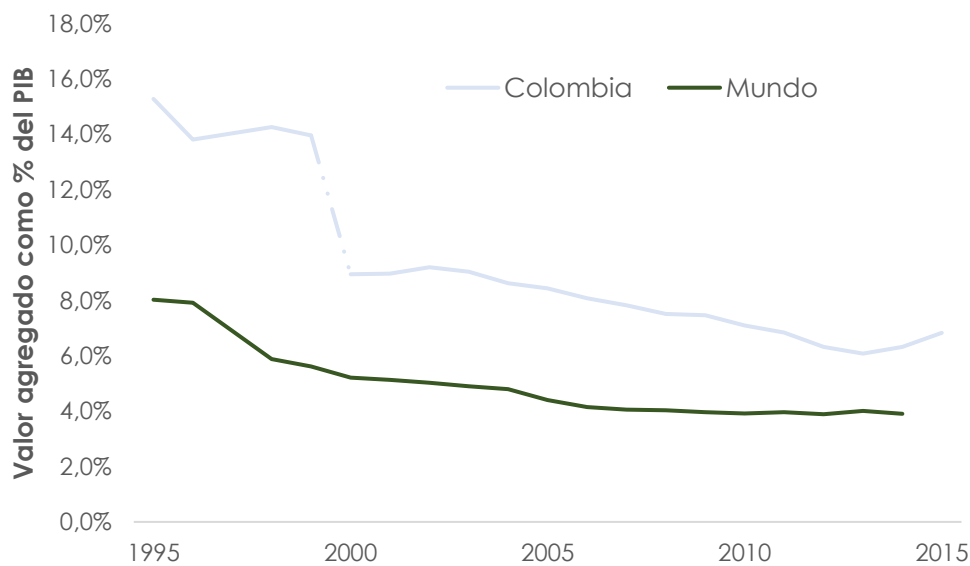
Fuente: FAO, Cálculos Sistemas de información FNFP-Fedepapa



## 1.3. PIB

Por otra parte, con el paso de los años el sector agrícola en las distintas regiones en el mundo ha mostrado una menor participación en el PIB. Esto es de particular importancia, debido a que, si se tiene en cuenta el contexto global, pues en la mayoría de los países en desarrollo, el margen para ampliar las tierras cultivables es escaso, por lo que el desafío está en incrementar la productividad agrícola con atención a los recursos naturales.

**GRAFICA 8. AGRICULTURA, VALOR AGREGADO (% DEL PIB)**



Fuente: Banco Mundial, Cálculos Sistemas de información FNFP-Fedepapa

En América Latina y el Caribe, aun cuando se cuenta con una amplia dotación de recursos naturales y espacio para ampliar la superficie agrícola, los desafíos referidos al aumento de la productividad se vinculan cada vez más con las presiones para incrementar la oferta de la producción agrícola, haciéndola compatible con el desarrollo de la actividad de forma sostenible, a fin de evitar efectos adversos del uso extensivo de los recursos naturales como la deforestación, la degradación de tierras, la pérdida de la biodiversidad, la contaminación de aguas por el uso de algunos agroquímicos, la extracción excesiva de aguas, entre otros.

## 1. LA PAPA EN EL CONTEXTO MUNDIAL

Aterrizando las cifras al caso de la papa, se puede observar en la tabla 1, como en el último año registrado por la FAO ha decrecido un 5.8% con respecto al año anterior, hecho que responde a que en muchas regiones del mundo se presentaron eventos climáticos que impidieron el correcto desarrollo de los tubérculos.

Según este mismo organismo, con la última información disponible de los años 2013 – 2014, la producción de papa en el mundo tiende a ser concentrada, pues aproximadamente el 50% de la producción mundial está centrada en apenas 3 países (China, China continental, también conocida como Taipéi e India), hecho que tiende a ser explicado por las grandes extensiones de tierras de estos países, no obstante, hay más factores influyentes en esos números, por ejemplo en China se utilizan campañas de consumo que busca una mayor oferta (y por supuesto demanda) del tubérculo, a la vez que desarrollan procesos de adaptabilidad del tubérculo a la altura, a los suelos poco salinos e incluso a los no fértiles.

**TABLA 1. PRODUCCIÓN MUNDIAL DE PAPA 2013-2014**

País	Ranking	Participación 2014	Producción (Ton)		
			2013	2014	Var. (%)
China	1	20,0%	99.094.854	95.570.393	-3,6%
China, Continental	2	20,0%	99.041.504	95.515.000	-3,6%
India	3	9,7%	48.582.000	46.395.000	-4,5%
Federación de Rusia	4	6,6%	36.778.326	31.501.354	-14,3%
Ucrania	5	5,0%	27.358.600	23.693.350	-13,4%
Estados Unidos de América	6	4,2%	20.965.480	20.056.500	-4,3%
Alemania	7	2,4%	10.224.700	11.607.300	13,5%
Bangladesh	8	1,9%	9.046.934	8.950.000	-1,1%
Francia	9	1,7%	7.307.008	8.085.184	10,6%
Polonia	10	1,6%	8.240.427	7.689.180	-6,7%
Colombia	31	0,5%	2.214.319	2.157.568	-2,6%
<b>Grupo de los 10</b>		<b>73%</b>	<b>366.639.833</b>	<b>349.063.261</b>	<b>-4,8%</b>
<b>Grupo de los 10 + Colombia</b>		<b>74%</b>	<b>368.854.152</b>	<b>351.220.829</b>	<b>-4,8%</b>
<b>Total general</b>		<b>100%</b>	<b>506.668.935</b>	<b>477.252.536</b>	<b>-5,8%</b>

Fuente: Datos FAO, Cálculos Sistemas de información FNFP-Fedepapa

El consumo, ha sido el constante reto de la papa a través del tiempo, pues el apareamiento y consolidación de nuevos sustitutos, producto de los cambios en las dinámicas del siglo XXI, ha impulsado en ella una tendencia a la baja.

A pesar de aquello, algunas realidades tienden a variar menos que otras, por ejemplo, a hasta principios de este siglo la mayoría de papa, era consumida principalmente por Europa y América del Norte, realidad que aún se mantienen con una variante, y es que, en el resto de continentes como Asia, África y América Latina, la producción aumento a más de 165 millones, presentándose así en 2005, la primera vez que la producción de la papa de los países en desarrollo excedía la de los desarrollados.

**TABLA 2. CONSUMO APARENTE DE PAPA PER CÁPITA 2014  
(KILOGRAMOS CONSUMIDOS POR AÑO)**

PAÍS	CONSUMO <sup>4</sup> Per Cápita (Kg/Año)
Belarús	183,2
Ucrania	135,9
Federación de Rusia	113,3
Polonia	104,0
Reino Unido	103,9
Bélgica	93,4
Perú	82,5
Colombia <sup>5</sup>	50,5
<b>Mundo*</b>	<b>34,2</b>

\*Promedio

Fuente: Datos FAO, Consejo Nacional de la Papa, Agronet-  
Cálculos Sistemas de información FNFP-Fedepapa

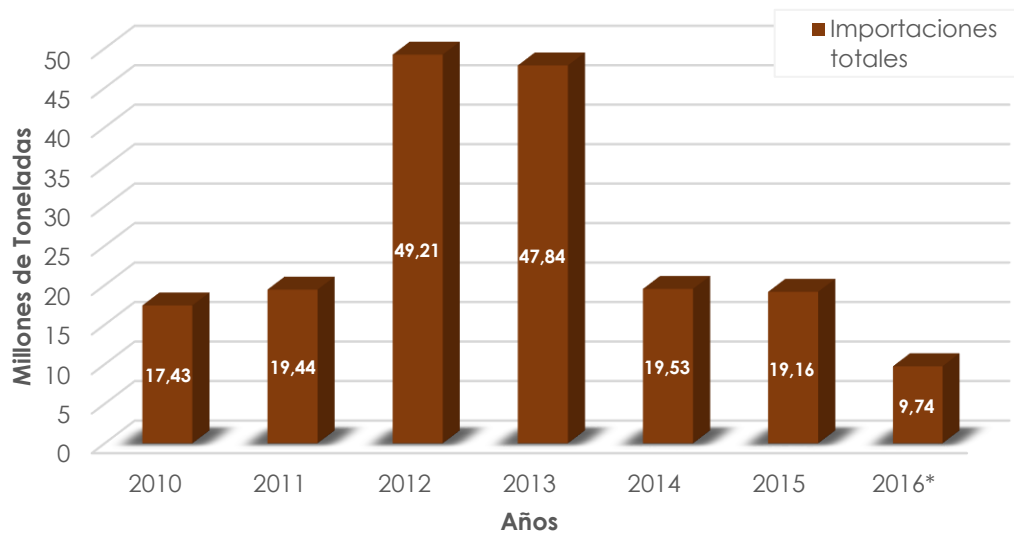
<sup>4</sup> El consumo per cápita es un indicador relativo que muestra la cantidad de papa consumida, si la producción distribuyera uniformemente sobre sus habitantes, es decir:

$$\text{Consumo aparente}_t = \frac{[(\text{Producción}_t - \text{Semilla}_t) + (\text{Importaciones}_t - \text{Exportaciones}_t)]}{\text{Población total}_t}$$

<sup>5</sup> Calculado a partir de los datos del Consejo de la papa y Agronet.

En materia comercial, la papa tiene una inclinación fuerte hacia el abastecimiento de la demanda interna, por lo cual el nivel de intercambio con el exterior apenas alcanza a ser cercano al 5% con respecto a la producción mundial. Con respecto a las importaciones, según datos de la organización mundial de comercio de las naciones unidas (OMC), en el último septenio, fue el año 2012 aquel en el que presentaron los mayores niveles en el mundo, llegando así a 49.2 millones de toneladas, cabe resaltar que en este cálculo se tuvieron en cuenta siete (7) subpartidas que se describen en la tabla 3.

**GRAFICA 8. IMPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA  
2010-2016\***



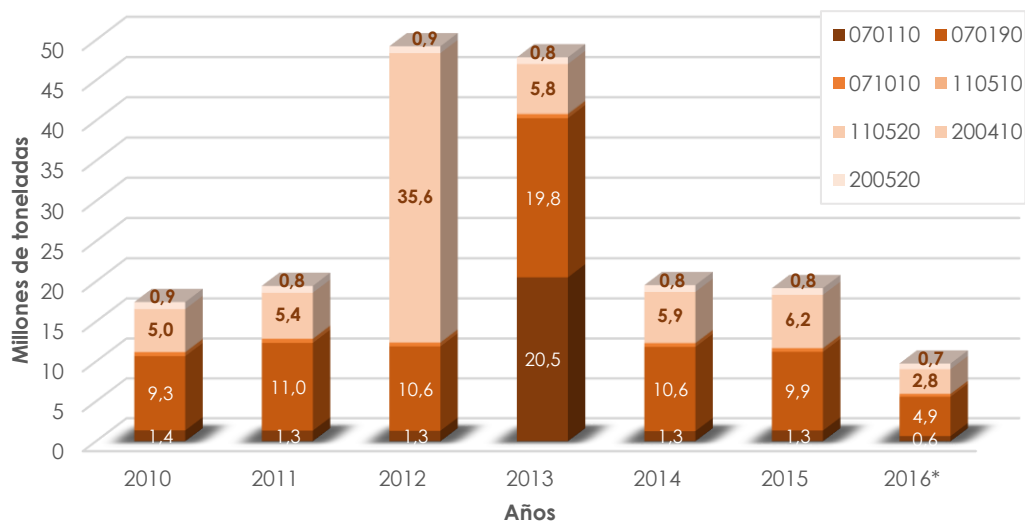
preliminar a Julio

Fuente: UNcomtrade - Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

\*Acumulado

Por su naturaleza perecedera, la papa se importa principalmente congelada lo que representa aproximadamente 80% del total de importaciones a nivel mundial, el restante primariamente lo componen las harinas o sémolas y en menor cuantía papa en fresco. En la gráfica siguiente, se puede apreciar la división que ha seguido durante el septenio 2010-2016 las importaciones en las distintas modalidades.

**GRAFICA 9. IMPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA POR SUBPARTIDA 2010-2016\***



\*Acumulado preliminar a Julio

Fuente: UNcomtrade - Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

**TABLA 3 SUBPARTIDAS A SEIS DÍGITOS**

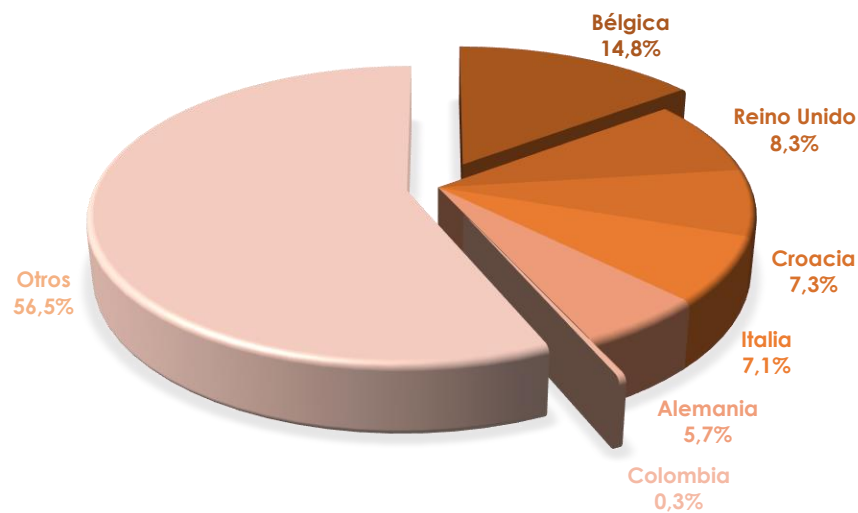
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN
070110	Papas (patatas) preparadas o conservadas -Semilla
070190	Papas (patatas) preparadas o conservadas -otro
071010	Papas (patatas) aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.
110510	Harina, sémola y polvo de papa (patata).
110520	Copos, gránulos y "pellets" de papa (patata).
200410	Papas (patatas) preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas.
200520	Papas (patatas), preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar.

Fuente: UNcomtrade - (Traducción Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA)



Las importaciones de papa en el preliminar de la organización mundial de comercio a Julio de 2016 acumulan para el año 9.7 millones de toneladas, sobresaliendo así hechos como que Bélgica es el principal demandante con un requerimiento de 14% del total, mientras que Colombia tiene apenas 0.3%, ocupando la posición 38 en el ranking, adicional se expone que un grupo de 5 países (Bélgica, Reino Unido, Croacia, Italia y Alemania) concentran para el mismo periodo cerca del 43% de las importaciones mundiales.

**GRAFICA 10. CUOTAS DE IMPORTACIONES 2016\***  
**GRUPO DE LOS 5+ COLOMBIA**

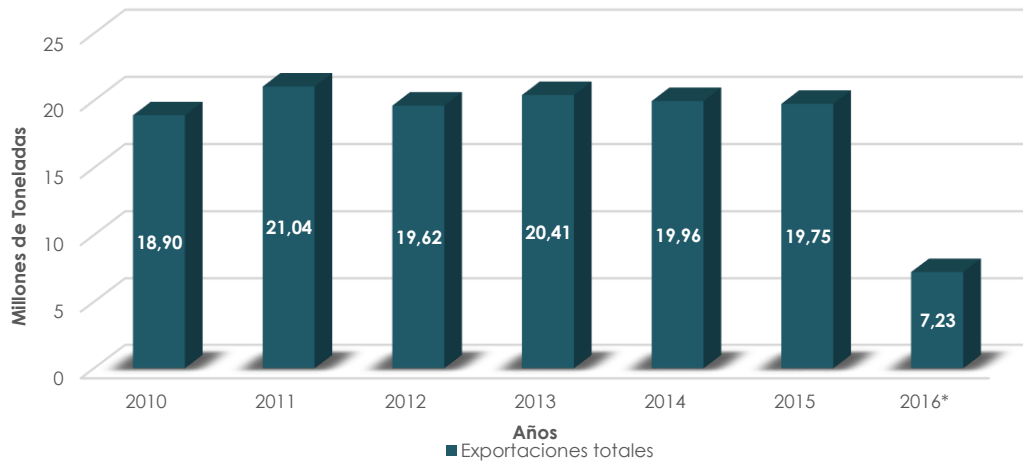


\*Acumulado preliminar a Julio

Fuente: UNcomtrade, Agronet- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

En línea con el planteamiento anterior, las exportaciones de papa que se dan bajo las líneas ya mencionadas previamente, se dan esencialmente en las subpartidas 070190 y 200410 (grafica 13), sabiendo que esta última sigue un uso industrial.

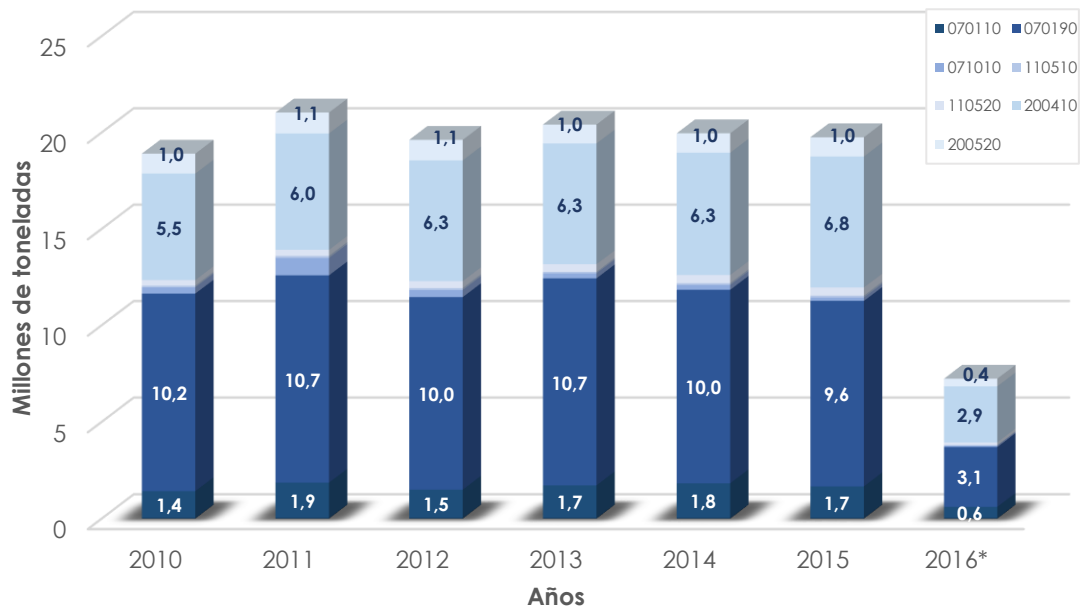
**GRAFICA 11. EXPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA 2010-2016\***



\*Acumulado preliminar a Julio

Fuente: UNcomtrade - Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

**GRAFICA 12. EXPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA POR SUBPARTIDA 2010-2016\***



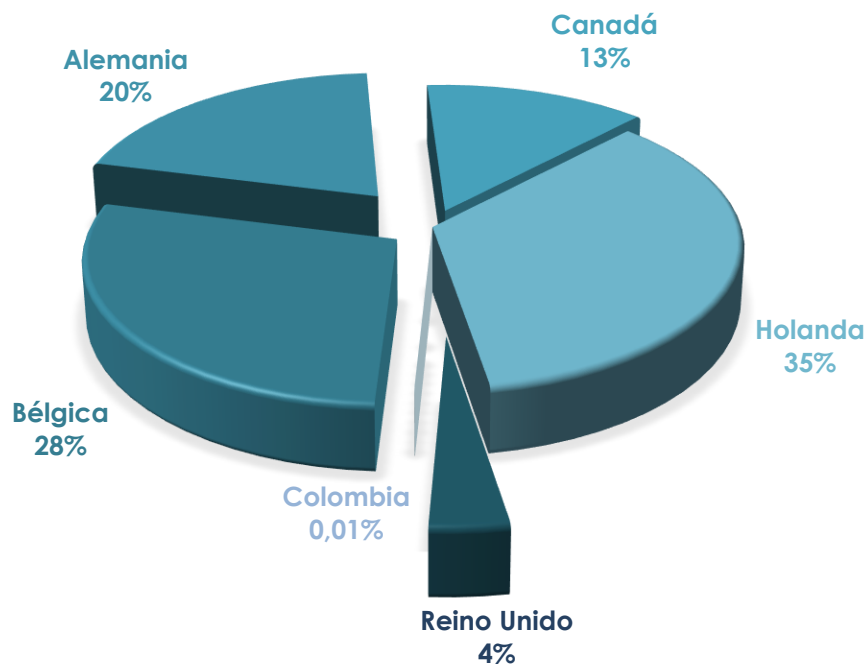
\*Acumulado preliminar a Julio

Fuente: UNcomtrade - Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

Otro hecho relevante es el de las cuotas de mercado en lo referente a las exportaciones, donde es notable observar que aproximadamente el 63% de ellas se concentran en dos países. El primero es Holanda, participando con el 35% de las exportaciones mundiales, pues en este país la papa se convirtió en uno de los principales cultivos alimentarios, sobresaliendo su producción cercana a los 7.2 millones de toneladas al año (producidas en casi el 25% de sus tierras agrícolas), de las cuales exportan cerca del 55% al resto del mundo en forma de hojuelas y harina de papa, papas para siembra, y en menor medida papa pre cocida congelada.

El otro país es Bélgica cuya cuota asciende al 28% del total de las exportaciones, lo que representa cerca de 40% de su producción anual. Las exportaciones de este país son mayormente de papa pre cocida congelada, y su notable demandante es la industria.

**GRAFICA 13. CUOTAS DE EXPORTACIONES 2016\* (A JULIO)  
GRUPO DE LOS 5+ COLOMBIA**



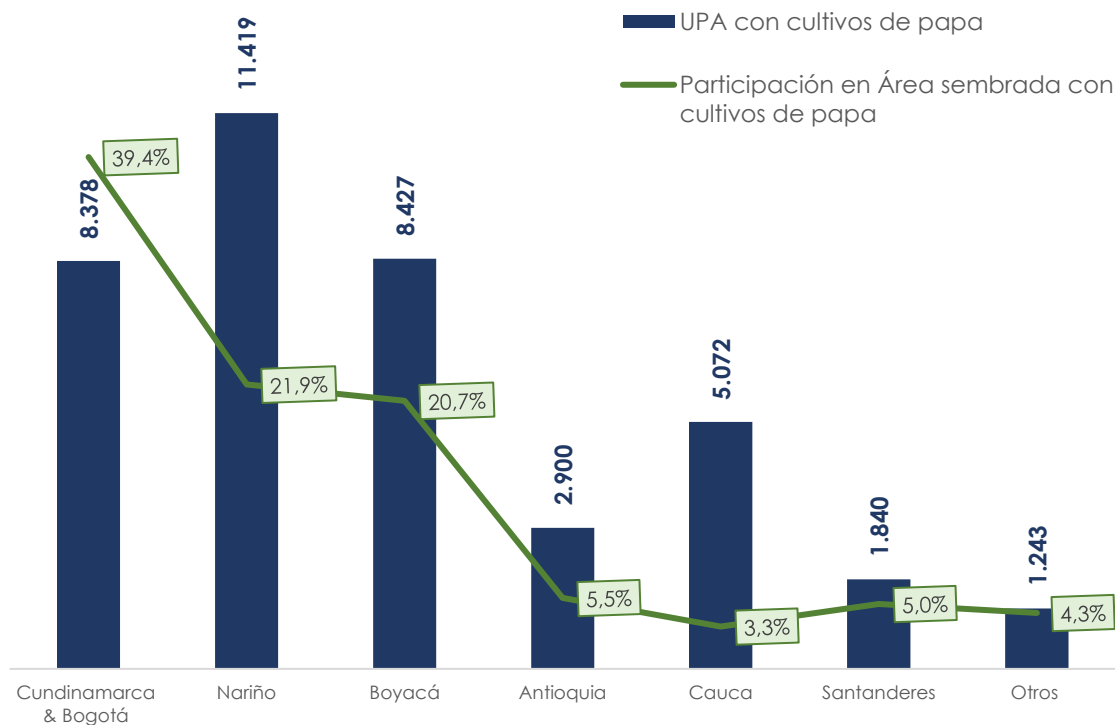
\*Acumulado preliminar a Julio

Fuente: UNcomtrade, Agronet- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

## 2. LA PAPA COLOMBIANA EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

Bien puede ser que la producción de Colombia, que es cercana a las 2.5 millones de toneladas promedio año no sea representativa a nivel mundial (aproximadamente 0.5%). Según el DANE, en el país hay cerca de 110 mil productores de papa, agrupados en aproximadamente 39 mil unidades productivas agropecuarias (UPA). El censo nacional agropecuario llevado a cabo en 2014, expone como la mayor cantidad de UPA's están en Nariño, seguido de Boyacá y Cundinamarca respectivamente. Sin embargo, es notorio observar como la situación se invierte al evaluar el área sembrada, pues ahora es Cundinamarca quien pasa a ocupar la mayor área sembrada en papa, seguido de Nariño y Boyacá.

**GRAFICA 14. CANTIDAD DE UPA's VS PARTICIPACIÓN EN EL ÁREA SEMBRADA NACIONAL SEGÚN CENSO NACIONAL AGROPECUARIO 2014**



Fuente: Censo Nacional Agropecuario DANE- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

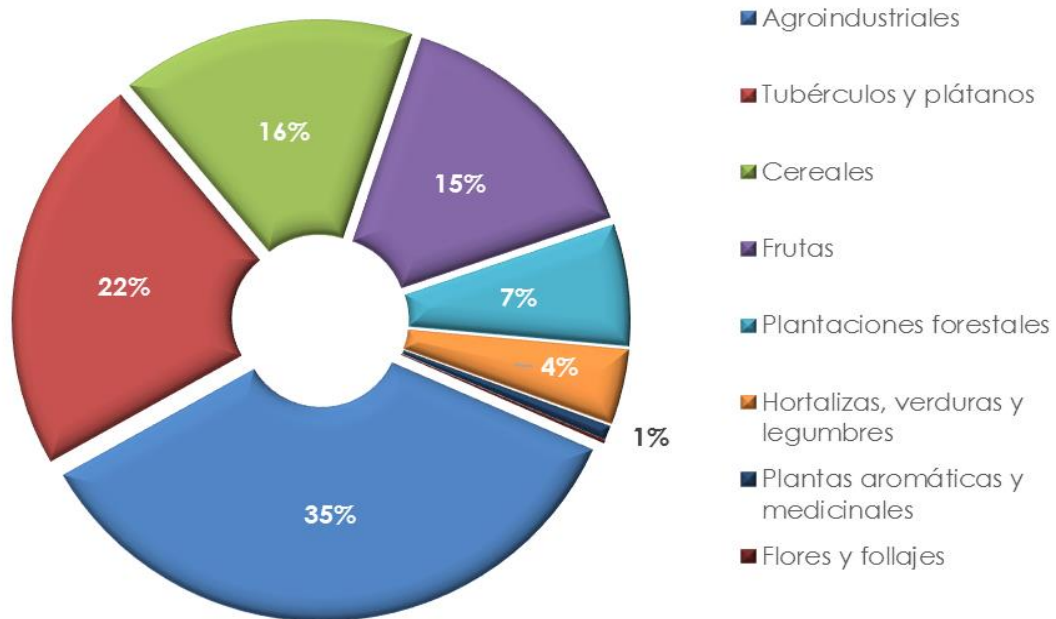
Departamentos como el Cauca y Nariño, presentan una estructura muy particular (aunque en diferente escala) en comparación con los otros departamentos, pues en el primero es notorio observar como a pesar de tener solo un pequeño porcentaje del área sembrada (apenas el 3.3%), reúne uno de los mayores números de UPA's a nivel nacional, mientras que el segundo reúne la mayor cantidad de UPA's, contribuyendo en 22% con el área total respectivamente.

En Colombia cerca del 57,3 % del área sembrada en el área rural dispersa censada del país corresponde a siembras de cultivos agroindustriales, tubérculos y plátanos.

Ahora bien, en lo que respecta a tubérculos y plátano el 47,9% del total del área agrícola sembrada en el área rural según el DANE, corresponde a cultivos de plátano, seguido de yuca con 23.2%, y en el tercer lugar la papa con 11.2%, el restante 17.7% lo componen otros tubérculos como achiras, arracacha, batata, bore, cubios, ibias, mafafa, malanga, mapuey, ñame, papa china, ruba, sagú y yacón.

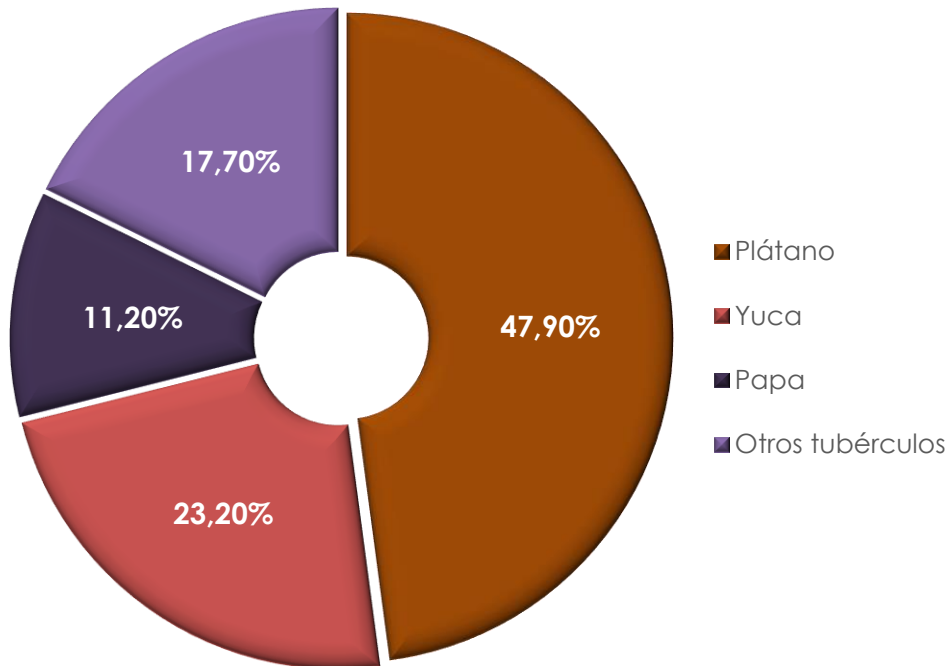


**GRAFICA 15. PARTICIPACIÓN DE LOS CULTIVOS EN EL ÁREA SEMBRADA NACIONAL SEGÚN EL CENSO AGROPECUARIO 2014**



Fuente: Censo Nacional Agropecuario DANE- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

**GRAFICA 16. DESAGREGACIÓN POR TIPO DE TUBÉRCULO O RAÍZ, SEGÚN EL CENSO AGROPECUARIO 2014**

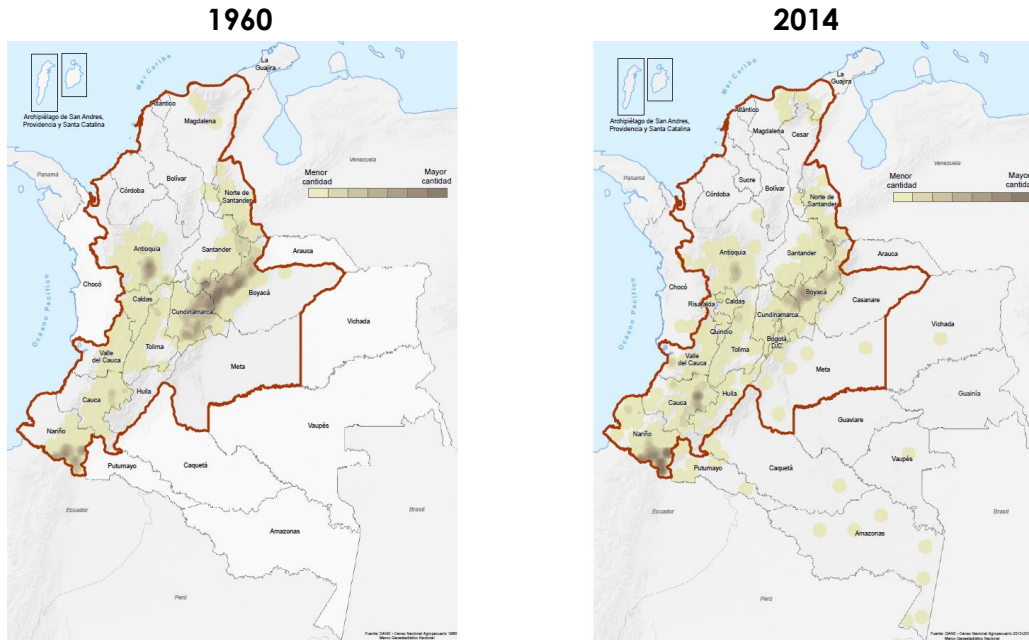


Fuente: Censo Nacional Agropecuario DANE- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

El Censo agropecuario realizado en 1.960, reportó una superficie sembrada de papa de 123.652 hectáreas. La mayor área de este cultivo la registró Boyacá con 36.119 hectáreas, seguido por Cundinamarca, con 33.813 hectáreas, representando estos dos el 61% del área total del cultivo con una producción de 740.000 toneladas.

Ahora tras la presentación de los resultados del tercer censo agropecuario, esta realidad cambio drásticamente, pues según se registra Cundinamarca, Boyacá y Nariño, estarían produciendo más de 2 millones de toneladas de papa (85 % del total reportado) con una superficie sembrada mayor de 150.000 hectáreas. Los demás departamentos destinan aproximadamente 30.000 hectáreas a este cultivo.

## GRAFICA 17. UBICACIÓN Y EVOLUCIÓN DEL CULTIVO DE PAPA DE ACUERDO CON EL CENSO NACIONAL AGROPECUARIO 2014



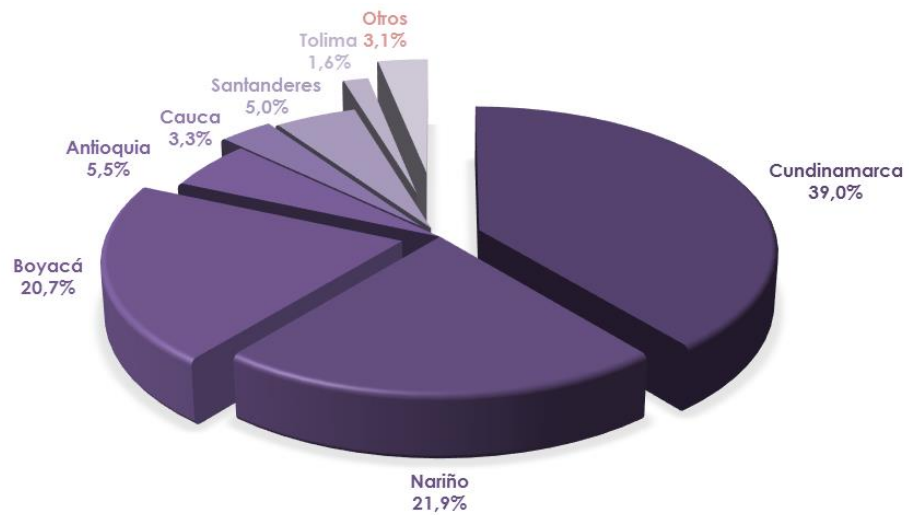
Fuente: Censo Nacional Agropecuario DANE- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

La oferta de variedades de papa desde el año 2002 ha aumentado, entre estas se resalta el surgimiento de la variedad pastusa Suprema, y la extensión de otras variedades. La producción se desagrega en el territorio aproximadamente en 8 departamentos que concentran poco más del 90% del total nacional.

Este cultivo presenta una gran heterogeneidad en la estructura de la producción; que se manifiesta no solo a nivel geográfico, sino también en la diversidad de tecnología usadas y la existencia de gran variedad de tipos y sistemas de producción que se manifiestan en la variación de los costos unitarios de producción y los rendimientos agronómicos.

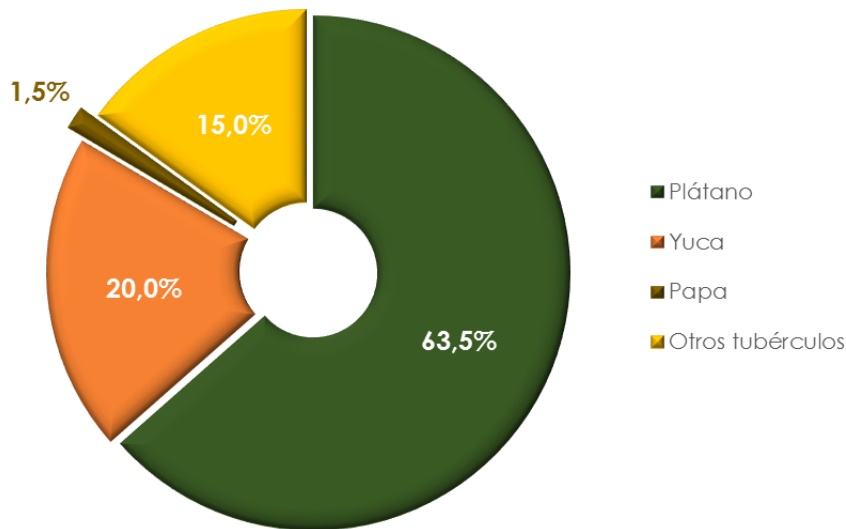
Un punto importante a resaltar, es que la coyuntura que promete traer la implementación de la ley 1450 de 2011 y 1753 de 2015, que delimitan los páramos y restringen las actividades productivas en ellos, transformará unos sectores del agro más que otros. En el caso de papa, el censo agropecuario de 2014 registro que apenas el 1.5% del total del área protegida correspondía a papa.

**GRAFICA 18. PARTICIPACIÓN EN EL ÁREA SEMBRADA DE ACUERDO CON EL CENSO NACIONAL AGROPECUARIO 2014**



**Fuente:** Censo Nacional Agropecuario DANE- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

**GRAFICA 19. PARTICIPACIÓN (%) DEL ÁREA AGRÍCOLA DEDICADA AL CULTIVO DE TUBÉRCULOS Y PLÁTANOS EN EL ÁREA RURAL DISPERSA CENSADA EN PARQUES NATURALES NACIONALES**

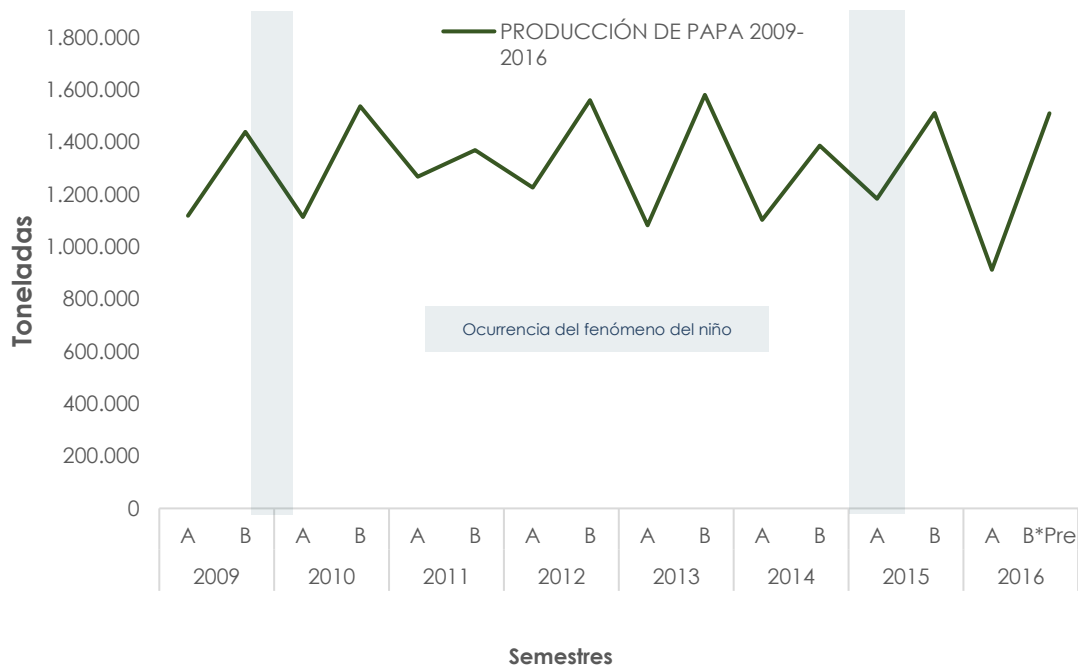


Fuente: Censo Nacional Agropecuario DANE- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

La papa, es un producto sensible a las condiciones climáticas (cíclicas) que rigen a la mayoría de los cultivos, de ahí que en los últimos siete años la producción ha crecido a una tasa media de 1.3% por año, siendo el 2012 el año en que se presentó la mayor producción con 2.7 millones de toneladas, lo que represento un crecimiento del 5.7% en comparación con el 2011.

Según el consejo nacional de la papa, para el 2016, el fenómeno del niño afecto fuertemente la oferta de papa en el primer semestre, el intenso verano y la ausencia de lluvias comprometieron no solo el desarrollo y oferta de los tubérculos, sino también los precios, haciendo que durante este primer semestre del año, alcanzaran máximos históricos, hecho que termino afectando las expectativas de los productores y generando así un volcamiento hacia su cultivo, de manera que al final del año se tuvo un aumento de producción fuerte y precios bajos debido a la sobre oferta.

**GRAFICA 20. PRODUCCIÓN SEMESTRAL DE PAPA 2009-2016**



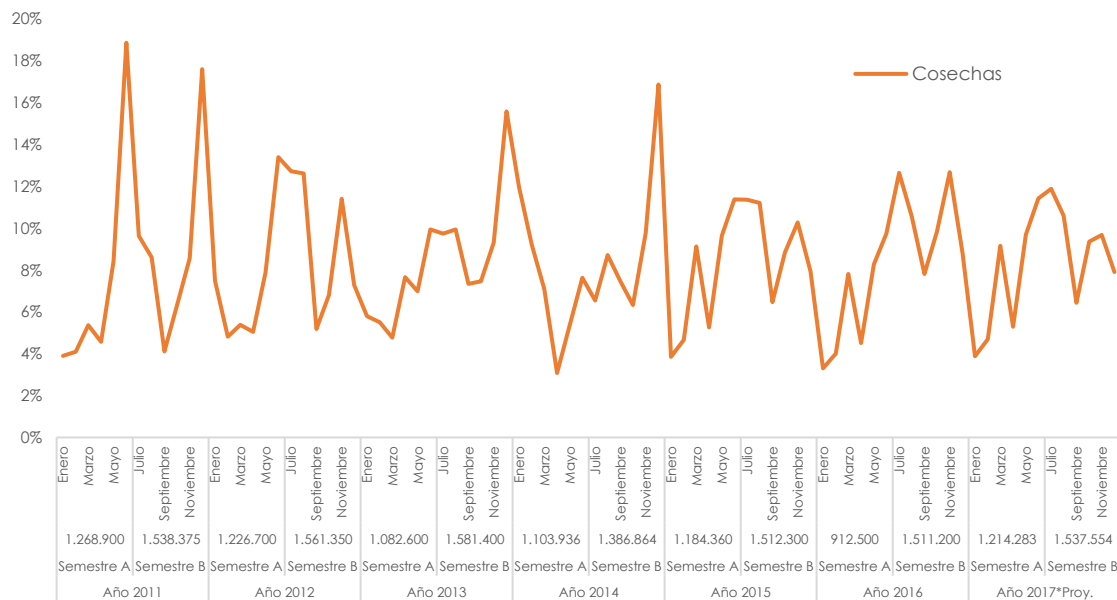
\*Pre: Preliminar

Fuente: Consejo Nacional de la Papa- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

Aislando un poco los eventos extremos en lo que refiere al clima, es importante observar que, con el paso del tiempo, la producción tiende a estabilizarse, reduciéndose cada vez en mayor medida el componente cíclico, especialmente después del año 2011, de manera que los grandes picos de cosecha en el largo plazo tienden a suavizarse (regularse).



**GRAFICA 21. SALIDAS DE COSECHA SEMESTRAL COMO PORCENTAJE DE LA PRODUCCIÓN ANUAL 2011-2017**



\*Proy: Proyectado

\*Pre: Preliminar

Fuente: Consejo Nacional de la Papa- DANE- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

**TABLA 4. RESUMEN DE LAS PRINCIPALES VARIABLES DEL SUBSECTOR**

Indicador	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
<b>Producción</b>	2,7	2,6	2,8	2,7	2,5	2,7	2,4
Crecimiento producción	3,7%	-0,5%	5,7%	-4,4%	-6,5%	8,3%	-10,1%
<b>Área</b>	138.631	128.310	130.525	127.400	122.300	125.600	126.100
Crecimiento área	3,0%	-7,4%	1,7%	-2,4%	-4,0%	2,7%	0,4%
<b>Rendimiento</b>	19	21	21	21	20	21	19
Crecimiento rendimiento	0,7%	7,5%	3,9%	-2,1%	-2,6%	5,4%	-10,5%

\*Pre: Preliminar

Fuente: Consejo Nacional de la Papa- DANE- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

## 3.1. PRECIOS

La “desestacionalización” de la producción ayuda a que durante el año se tenga una mejor y planificada oferta, es decir, regular el componente cíclico permite reducir el nivel de volatilidad de los precios y estabilizar los costos de producción. En el primer caso, las variaciones fuertes como la de mediados y finales de año, al menos no se darían a lugar por los picos productivos, mientras que, en el segundo caso, se esperaría un ajuste casi que instantáneo a la regularización del ciclo respectivamente.

La inestabilidad de precios y la informalidad del sector, se consideran las restricciones más importantes en la producción de papa, independientemente del país o región productiva, de manera que son consideradas por el agricultor como factores de riesgo significativos.

Si bien, la inestabilidad de precios no terminan siendo la materialización del riesgo per se, si lo es la intermediación en el sector, pues desde el la salida de cosecha hasta la llegada al lugar de comercialización, la producción es sometida a la cadena de intermediación que puede terminar inflando los precios hasta en un 60%, ayudando a profundizar las situaciones de desfavorabilidad para el agricultor y consolidando en cambio la cadena de intermediadores.

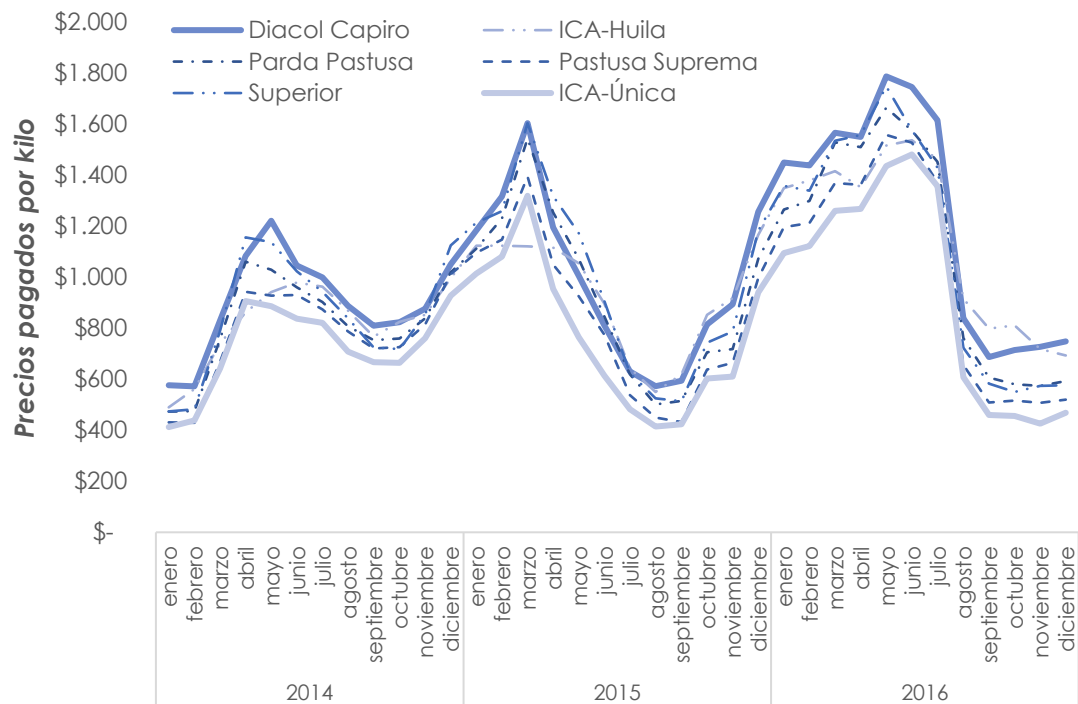
En los últimos tres años los precios de la papa han tocado máximos y mínimos que han marcado la diferencia de una manera drástica, evidenciando la gran inestabilidad a la que es sometida la producción nacional, destacándose como mayor factor influyente los cambios climáticos ocurridos en las fechas mencionadas previamente. Para facilidad del análisis, las variedades pueden ser segmentadas en dos grupos:

Papas blancas: pardas (pastusa, suprema y superior), *Diacol Capiro* e *ica's* (Huila y única), resaltando que, en estas variedades el ciclo tiende a ser similar, por tanto, la tendencia que sigue el precio es común. Esto sucede porque difícilmente estas variedades logran ser diferenciadas por el consumidor (al menos y de una manera trivial por el aspecto físico).

Es importante además de la sincronización cuasi perfecta del ciclo en este grupo (grafica 23), observar que casi por un efecto escalado los precios de la *Diacol Capiro* marcan la cota superior, mientras que los de la *Ica única* la inferior, es decir, en este primer grupo los precios más altos logran ser impulsados por la primera variedad, mientras que los bajos por la segunda.

Todas las variedades en este grupo, luego de alcanzar su mayor precio en el periodo de junio y julio de 2016, apresuraron su velocidad de caída en menos de dos meses, contrayéndose en algunas variedades hasta en 50% (como el caso de la capiroy) para septiembre del mismo año.

**GRAFICA 22. EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS PRECIOS PAGADOS AL PRODUCTOR (PARDAS, DIACOL E ICA'S HUILA Y ÚNICA) 2014-2016**



Fuente: Consejo Nacional de la Papa, DANE, Fondo Nacional de Fomento de la Papa- Federación Colombiana de Productores de Papa - Cálculos Sistemas de Información

**TABLA 5. PRECIO MÍNIMO, PROMEDIO, MÁXIMO REGISTRADO  
2014-2016**

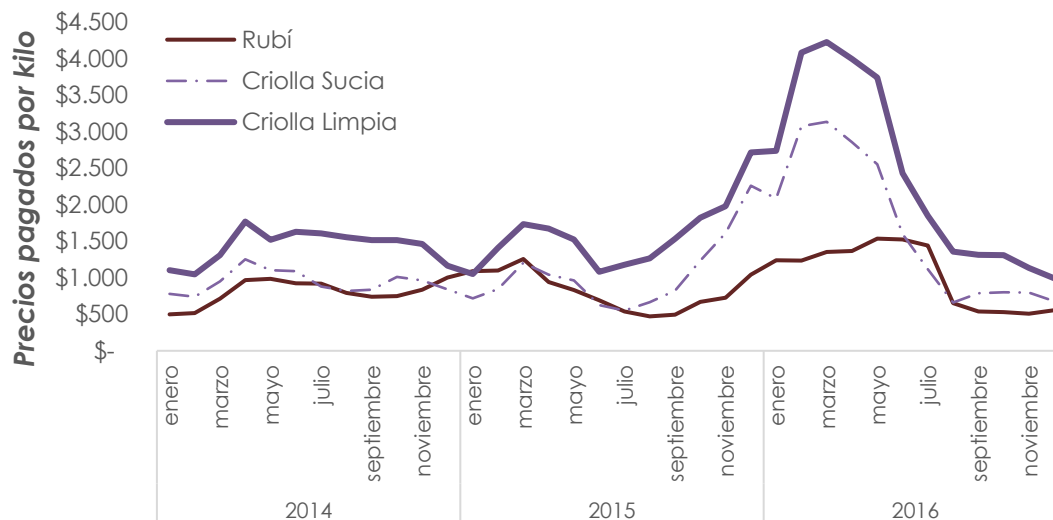
	Mínimo	Máximo	Promedio
Valor por Kg	\$ 413	\$ 1.788	\$ 887
Variedad	ICA-Única	Diacol Capiro	-
Fecha en la que se registró	feb-14	jun-16	-

**Fuente:** Consejo Nacional de la Papa, DANE, Fondo Nacional de Fomento de la Papa- Federación Colombiana de Productores de Papa  
- Cálculos Sistemas de Información

Papas Criollas (lavada y sucia) y rubí: Presentan ciclos poco sincronizados, puesto que los factores físicos (al menos en lo referente al color) logran generar una diferencia que consigue ser capturada por el mercado.

En esta misma categoría se logran reflejar los dos extremos en la dispersión de los precios, aquí la papa criolla lavada es aquella que tiene un mayor precio en comparación con las otras variedades, explicado claramente por el proceso de agregación de valor.

**GRAFICA 23. EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS PRECIOS PAGADOS AL PRODUCTOR (CRIOLLAS, RUBÍ, BETINA E ICA NEVADA) 2014-2016**



Fuente: Fondo Nacional de Fomento de la Papa- Federación Colombiana de Productores de Papa - Cálculos Sistemas de Información

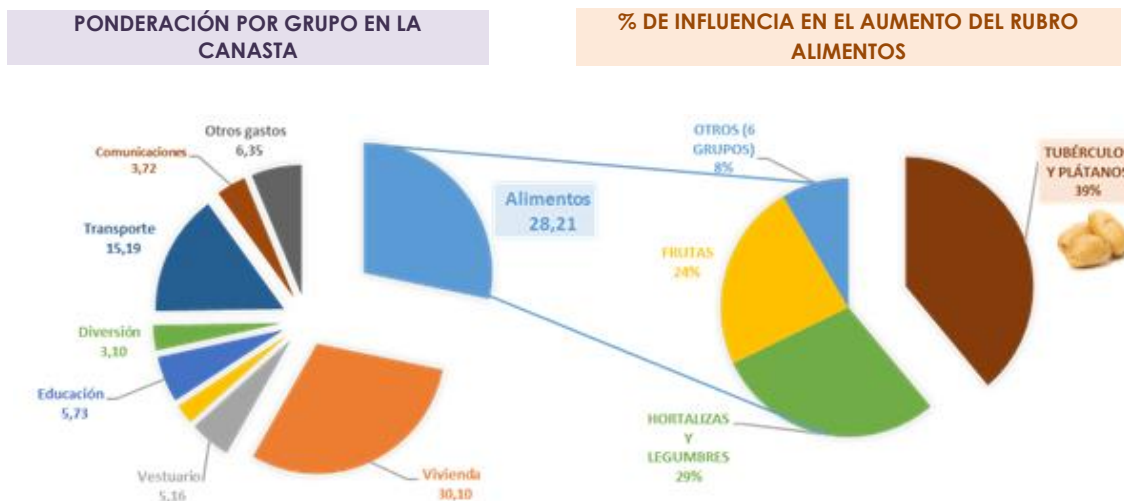
**TABLA 6. PRECIO MÍNIMO, PROMEDIO, MÁXIMO REGISTRADO 2014-2016**

	Mínimo	Máximo	Promedio
Valor por Kg	\$ 472	\$ 4.229	\$ 1.260
Variedad	Rubí	Criolla Limpia	-
Fecha en la que se registró	ago-15	mar-16	-

Fuente: Fondo Nacional de Fomento de la Papa- Federación Colombiana de Productores de Papa - Cálculos Sistemas de Información

Las constantes variaciones que se han presentado en los precios de la papa, se han reflejado en el costo de la canasta familiar, debido a la influencia de los alimentos en ella, siendo el rubro que más pesa después de vivienda.

## GRAFICA 24. PONDERACIÓN POR GRUPO EN LA CANASTA FAMILIAR Y NIVEL DE INFLUENCIA EN EL RUBRO DE ALIMENTOS



Fuente: DANE- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

Es importante observar que, en la estructura de precios del mercado interno de papa, se presenta en el corto plazo un rápido ajuste a la especulación que hay alrededor de ella, por tanto, las variaciones fuertes en el precio pueden traducirse en aumentos inmediatos a la canasta, a la vez que reflejan casi de manera perfecta el condicionamiento de los factores exógenos post producción a los que está sometido.

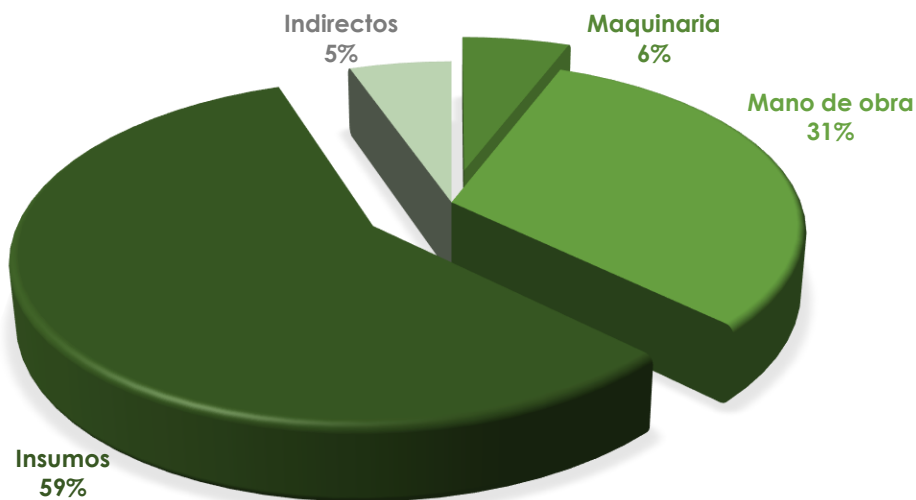
### 3.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN

En lo referente a la estructura de costos, se resalta que es muy variada de una región a otra, fundamentalmente por la distribución de la mano de obra y el peso de los insumos en ella. Por ejemplo, en este último caso estudios sectoriales han demostrado que los costos relativamente bajos responden a que los precios de los insumos en la parte suroccidental del país tienden a ser menores por la presión que ejerce el mercado el contrabando en esta zona.



Durante el año 2016, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa y la Federación Colombiana de Productores de Papa, realizaron un levantamiento de costos de producción a nivel regional, desarrollado por un grupo de extensionistas, el cual arrojó en un primer barrido de datos que estos estarían cercanos a los 15 millones, de manera que el rubro con más peso sería el de insumos con 59%, seguido de mano de obra 31%, maquinaria 6% e indirectos 5%.

**GRAFICA 25. DESAGREGACIÓN PRELIMINAR DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN POR TIPO DEL CULTIVO DE PAPA 2016**



**Fuente:** Fondo Nacional de Fomento de la Papa - Federación Colombiana de Productores de Papa - Cálculos Sistemas de Información

### 3.2. COMERCIO EXTERIOR DE PAPA

Como punto de partida y antes de analizar el comercio de papa, es importante centrar la atención en la evolución de los términos de intercambio<sup>6</sup> en Colombia. Este indicador

<sup>6</sup> El índice de términos de Intercambio (ITI) se define como el cociente entre el índice de precios de las exportaciones (PX) y el índice de precios de las importaciones (PM). La información para el cálculo de los índices de precios del comercio exterior colombiano, proviene del Departamento Nacional de Estadísticas (DANE) y el Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). Mensualmente, estas entidades suministran las bases de datos de importaciones y exportaciones

es clave para analizar el precio relativo de las exportaciones en términos de las importaciones. Dicho esto, en el caso colombiano, se puede observar en la gráfica 27 como en los últimos 15 años se presenta un comportamiento favorable, contrario a lo observado en la década de los 90's, periodo caracterizado por el auge internacional de demanda por los productos de los renglones minero-extractivos y la crisis financiera global.

**GRAFICA 26. ÍNDICE DE LOS TÉRMINOS DE INTERCAMBIO**



**Fuente:** Banco de la República - Cálculos Sistemas de Información Fondo Nacional de Fomento de la Papa- Federación Colombiana de Productores de Papa

La coyuntura vivida en el periodo del auge mercado chino, que termino impulsando un incremento en los precios de los commodities (2000-2010) que alimentó los precios de los productos de exportación colombianos (petróleo y derivados, carbón, níquel, productos agrícolas), de modo que los términos de intercambio crecieron fuertemente, lo que tuvo como resultado el mejoramiento de la balanza de pagos y el fortalecimiento de las finanzas públicas.

de bienes del país que contienen, entre otras variables, el valor y el volumen de las transacciones de comercio exterior.

Ahora desde el periodo de 2011, se ve un claro y constante detrimento de los términos de intercambio, esto en parte se debe al alza del dólar y la alta dependencia de los commodities, eventos que han llevado a que a marzo de 2016 estos tocarán fondo (el índice alcanzó un valor de 94.80), por debajo de los niveles establecidos durante la crisis financiera en el país a finales de los 90's.

**GRAFICA 27. TASA DE CAMBIO REPRESENTATIVA DEL MERCADO**



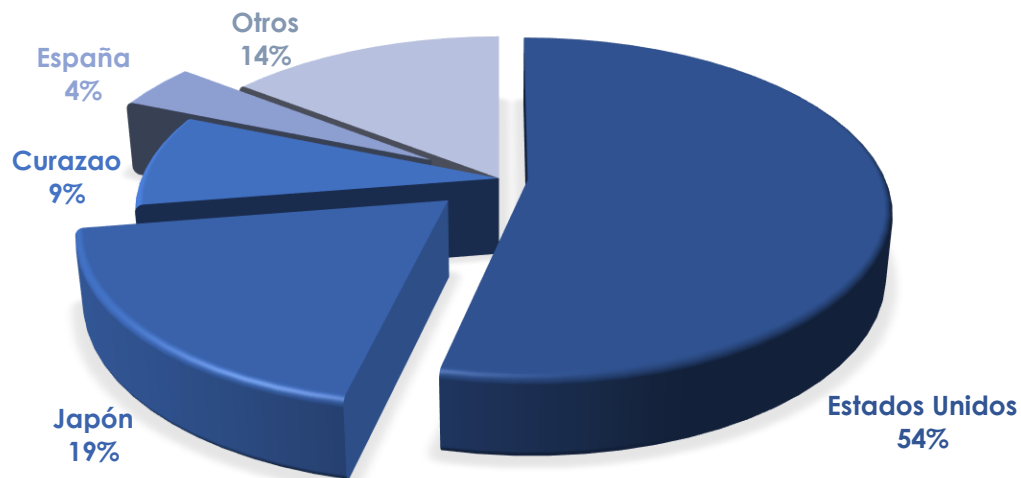
**Fuente:** Banco de la República - Cálculos Sistemas de Información Fondo Nacional de Fomento de la Papa- Federación Colombiana de Productores de Papa

En general, lo que ponen de manifiesto todos estos eventos oscilantes a lo ocurrido con los términos de intercambio, es la latente necesidad en el país de fomentar un aparato productivo diversificado, que conduzca a una oferta exportable más amplia que tenga un enfoque hacia bienes con mayor valor agregado.

Puntualizando las realidades expuestas al caso de la papa, es notable observar como los principales volúmenes de comercio con el mundo se presentan con Estados Unidos, Japón, Bélgica y Holanda.

Por ejemplo, hasta noviembre de 2016 el destino de las exportaciones, en un 73% estuvieron concentradas en tienden a estar concentrados en Estados Unidos y Japón. Mientras que el origen de las importaciones fue un 56% provino de Bélgica y Holanda.

**GRAFICA 28. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PAPA COLOMBIANA 2016\***



\*Pre: Preliminar a noviembre

Fuente: Agronet- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

**TABLA 7. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PAPA COLOMBIANA  
2013-2016\***

País	2013	2014	2015	2016
Antillas Holandesas	12,09	7,30		
Aruba	12,19	7,69	11,06	12,78
Australia	1,91	5,50	11,48	4,93
Canadá	10,41	21,13	21,69	24,11
Chile	0,00	0,49	4,99	7,73
Corea			3,60	
Curazao			0,79	79,33
Ecuador	47,98	159,77		
Emiratos Árabes Unidos			0,01	
España	34,78	40,96	23,35	38,25
Estados Unidos	393,29	389,85	569,15	482,63
Guyana	3,13			
Italia		0,16		0,00
Japón	233,04	217,90	154,89	170,62
México			0,00	0,51
Países Bajos	0,00	0,00	0,00	0,01
Panamá	36,39	49,13	50,52	37,51
Perú		0,04	0,04	
Puerto Rico	17,14	29,79	33,51	32,67
Reino Unido	5,37	7,02	10,92	9,26
República Dominicana	0,23			
Rusia, Federación de	4,74	3,93	4,12	0,96
Suecia		0,66		
Surinam	5,94			
Trinidad y Tobago		0,27		
Venezuela	393,04		42,90	
<b>Total anual</b>	<b>1.211,67</b>	<b>941,60</b>	<b>943,02</b>	<b>901,31</b>

\*Pre: Preliminar a noviembre

Fuente: Agronet- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

El flujo de comercio de papa sostenido con el mundo por Colombia, se transa en un porcentaje del 54% con un solo país (USA), mientras el 46% restante se concentra en veinticuatro (24) países. El volumen exportado, no tiende a ser elevado, oscila alrededor de 1.000 toneladas promedio anual, que en su mayoría responde a papa criolla.

**TABLA 8. VOLUMEN (TONELADAS) EXPORTADO DE PAPA COLOMBIANA 2013-2016\***

Mes	2013	2014	2015	2016*
Enero	128,3	73,2	69,3	62,7
Febrero	243,3	83,3	88,6	83,5
Marzo	130,7	67,1	62,2	105,3
Abril	41,0	112,3	58,7	48,9
Mayo	69,5	118,9	48,2	109,7
Junio	185,0	53,1	91,2	87,8
Julio	72,9	104,8	95,8	49,7
Agosto	61,6	42,0	95,9	98,4
Septiembre	75,2	70,5	134,8	73,7
Octubre	69,5	58,7	42,3	111,2
Noviembre	84,3	111,5	70,2	70,3
Diciembre	50,4	46,2	85,8	
<b>Total</b>	<b>1.211,7</b>	<b>941,6</b>	<b>943,0</b>	<b>901,3</b>

\*Pre: Preliminar a noviembre

Fuente: Agronet- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

**TABLA 9. CLASIFICACIÓN POR PARTIDA DE LAS EXPORTACIONES DE PAPA COLOMBIANA 2013-2016\***

Clasificación	2013	2014	2015	2016*
0701100000 - Papas (patatas) frescas o refrigeradas para la siembra.				0,01
0701900000 - Las demás papas (patatas), frescas o refrigeradas.	53,98	48,00	52,95	59,29
0710100000 - Papas (patatas) aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.	207,83	387,90	636,33	610,79
1105100000 - Harina, sémola y polvo de papa (patata).	0,00	0,00	0,00	68,02
2004100000 - Papas (patatas) preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas.	598,36	443,90	186,66	97,19
2005200000 - Papas (patatas), preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar.	351,50	61,80	67,07	66,00
<b>Total anual</b>	<b>1.211,67</b>	<b>941,60</b>	<b>943,02</b>	<b>901,31</b>

\*Pre: Preliminar a noviembre

Fuente: Agronet- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA



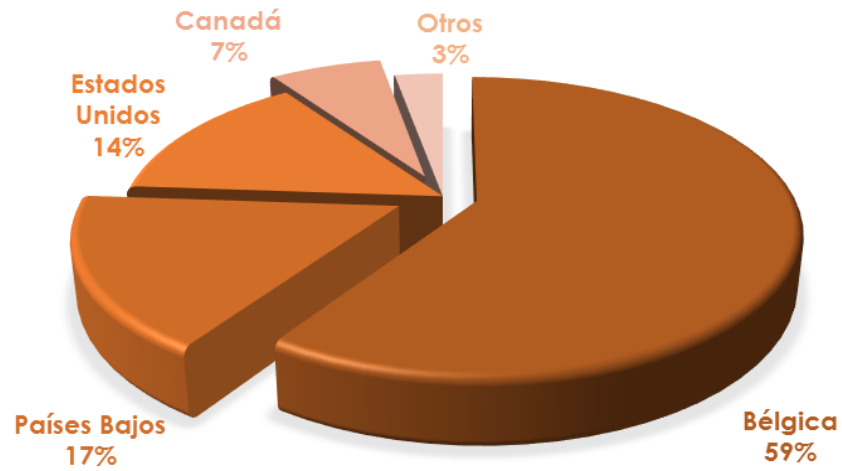
En el caso de las importaciones, se ve un incremento de los volúmenes introducidos del tubérculo al país, especialmente en papa pre cocida congelada y su principal destino es la industria. El promedio anual esta alrededor de las 29 mil toneladas, y su origen es mayormente (57%) belga.

El volumen importado de papa ha crecido considerablemente, pasando de 20.373 toneladas en 2013 a 36.812 toneladas en 2015, lo que representa un crecimiento del 81% en un periodo de apenas tres años. Este fuerte crecimiento es producto de dos hechos innegables, pero de naturaleza diferente, el primero es que el fenómeno del niño tuvo una ligera injerencia en el aumento de las importaciones de 2015 (y una fuerte en las de 2016), el segundo es que el aumento va en detrimento de la producción nacional, entonces por una tonelada de papa pre cocida o congelada que ingrese al país, se están desplazando 2.5<sup>7</sup> toneladas de papa fresca de uso industrial, de ahí el segundo hecho y es que la explicación a este podría ser la baja innovación en el sector.

---

<sup>7</sup> Secretaría Técnica del Consejo Nacional de la Papa

**GRAFICA 29. ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE PAPA A COLOMBIA  
2016\***



**Pre:** Preliminar a noviembre

**Fuente:** Agronet- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

**TABLA 10. VOLUMEN (TONELADAS) IMPORTADO DE PAPA POR COLOMBIA 2013-2016\***

Mes	2013	2014	2015	2016
Enero	1.118	1.789	2.985	2.149
Febrero	1.573	1.532	2.564	3.077
Marzo	1.670	1.333	2.904	3.375
Abril	1.429	1.823	3.278	2.810
Mayo	1.419	1.956	3.693	3.306
Junio	1.331	2.318	2.608	3.599
Julio	1.803	3.288	3.281	4.036
Agosto	1.905	2.001	3.200	4.333
Septiembre	1.541	2.439	2.972	3.755
Octubre	2.241	2.362	2.975	3.115
Noviembre	2.668	2.307	2.605	
Diciembre	1.675	3.018	3.747	
<b>Total</b>	<b>20.373</b>	<b>26.166</b>	<b>36.812</b>	<b>33.555</b>

\*Pre: Preliminar a noviembre

Fuente: Agronet- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

**TABLA 11. CLASIFICACIÓN POR PARTIDA DE LAS IMPORTACIONES DE PAPA A COLOMBIA 2013-2016\***

Clasificación	2013	2014	2015	2016
0710100000 - Papas (patatas) aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.		9	5	21
1105100000 - Harina, sémola y polvo de papa (patata).	46	15		1
1105200000 - Copos, gránulos y "pellets" de papa (patata).	120	84	102	107
2004100000 - Papas (patatas) preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas.	19.668	25.367	36.169	32.811
2005200000 - Papas (patatas), preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar.	539	691	536	615
<b>Total anual</b>	<b>20.373</b>	<b>26.166</b>	<b>36.812</b>	<b>3.555</b>

\*Pre: Preliminar a noviembre

Fuente: Agronet- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

**TABLA 12. ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE PAPA A COLOMBIA  
2013-2016\***

País	2013	2014	2015	2016
Argentina	811	492	1.506	820
Austria		2		25
Bélgica	3.430	7.441	17.248	19.935
Brasil		3		
Canadá	607	399	316	2.257
Chile	64	14		
China	14	29	29	16
España	104	65	65	64
Estados Unidos	9.459	9.066	7.906	4.800
Francia	1.270	2.682	2.042	2
Italia		1		1
Malasia	6	5	5	3
México			4	22
Países Bajos	4.608	5.967	7.691	5.610
<b>Total anual</b>	<b>20.373</b>	<b>26.166</b>	<b>36.812</b>	<b>33.555</b>

\*Pre: Preliminar a noviembre

Fuente: Agronet- Cálculos Sistemas de Información FNFP-FEDEPAPA

Todos los hechos aquí observados, dan luz sobre los acontecimientos que se están presentando y de algunos que pueden llegarse a consolidarse con el pasar de los años. Uno es el caso de la falta de diversificación de las exportaciones de papa colombiana que desde ya va en detrimento, ya que claramente la exploración de nuevos productos y su incursión en otros mercados, es sin duda el reto que se debería afrontar, el convencional mercado de la papa en fresco se reduce y su tendencia a es desaparecer, por tanto, es una estrategia poco eficaz no apuntar a otras modalidades de intercambio con el exterior.

Ahora, frente a los acontecimientos que pueden llegarse a consolidar, está el aumento de las importaciones de papa, de modo que, si el mercado nacional no apunta hacia estrategias de innovación y apropiación tecnológica, además de adoptar una figura

formal (en lo referente al tema laboral), lo más probable dichos volúmenes incrementen de manera inmensurable.

## ANEXO 1. PRECIOS PAGADOS POR KILO AL PRODUCTOR DE PAPA 2014

ANEXO 1. PRECIOS MENSUALES POR VARIEDAD														
Año	mes	Befina	Criolla	Díacol Capiro	ICA-Huila	ICA-Nevada	ICA-Puracé	ICA-Única	Morasurco	Papa Tuquerreña	Parda Pastusa	Pastusa Suprema	Rubí Superior	Precio promedio Variedades
2014	enero		940	593	560	688	733	393	354	574	465	417	445	517
	febrero		968	655	588	852	872	407	322	599	472	428	463	535
	marzo	543	1.234	891	816	1.285	1.094	611	438	928	731	654	699	770
	abril	731	1.626	1.086	975	1.620	1.322	852	610	1.263	1.017	916	918	1.017
	mayo	745	1.449	1.249	1.074	1.648	1.517	852	704	1.382	1.032	920	1.053	1.074
	junio	754	1.473	1.085	1.017	1.576	1.296	811	915	1.270	958	893	896	1.002
	julio	705	1.428	1.039	1.011	1.304	1.178	793	921	1.053	921	871	867	932
	agosto	606	1.424	929	913	1.212	1.109	676	773	959	812	758	737	812
	septiembre	585	1.410	835	806	926	981	644	753	823	749	687	677	686
	octubre	628	1.433	852	834	910	933	657	778	953	754	719	684	706
	noviembre	684	1.383	888	880	1.037	936	735	737	1.018	848	812	775	845
	diciembre	800	1.097	1.081	1.014	1.343	1.213	889	844	1.179	999	975	937	1.067

Fuente: Consejo Nacional de la Papa, DANE, Fondo Nacional de Fomento de la Papa- Federación Colombiana de Productores de Papa - Cálculos Sistemas de Información



## ANEXO 2. PRECIOS PAGADOS POR KILO AL PRODUCTOR DE PAPA 2015

ANEXO 2. PRECIOS MENSUALES POR VARIEDAD.															
Año	mes	Belina	Criolla	Diacol Capiro	ICA-Huila	ICA-Nevada	ICA-Puracé	ICA-Única	Morasurco	Papa Tuquerreña	Parda Pastusa	Pastusa Suprema	Rubí Superior	Precio promedio Variedades	
2015	enero	882	973	1.252	1.086	1.728	1.602	965	880	1.160	1.114	1.058	1.073	1.086	
	febrero	942	1.248	1.443	1.192	2.371	1.720	1.048	868	1.298	1.210	1.130	1.131	1.210	
	marzo	1.057	1.553	1.600	1.329	2.615	1.888	1.204	816	1.670	1.469	1.357	1.302	1.469	
	abril	728	1.531	1.138	1.181	2.121	1.363	903	650	1.701	1.206	1.057	989	1.181	
	mayo	659	1.432	1.064	1.033	1.782	1.238	763	623	1.654	1.037	946	859	1.037	
	junio	500	981	828	891	995	985	601	548	1.126	838	760	679	819	828
	julio	402	1.066	657	640	870	729	453	377	922	616	515	505	579	616
	agosto	349	1.170	599	577	908	749	388	345	703	519	440	438	476	519
	septiembre	357	1.381	648	598	1.056	828	391	371	736	511	422	433	463	511
	octubre	512	1.716	877	863	1.454	1.046	576	440	952	702	636	648	729	729
	noviembre	537	1.897	970	905	1.621	1.124	583	472	1.106	714	650	702	745	745
	diciembre	785	2.545	1.267	1.146	2.365	1.418	860	699	1.493	1.049	959	980	1.100	1.100

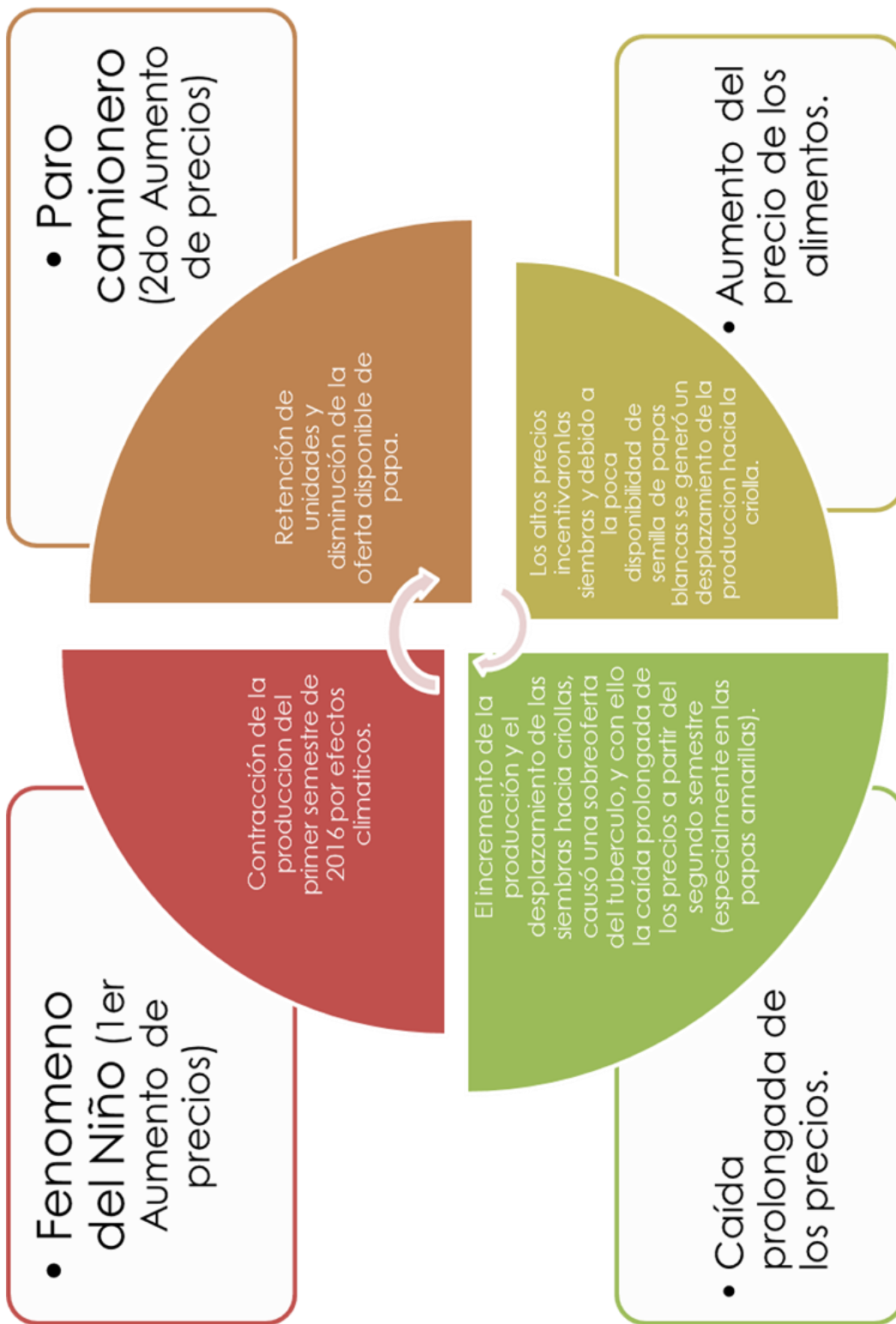
Fuente: Consejo Nacional de la Papa, DANE, Fondo Nacional de Fomento de la Papa- Federación Colombiana de Productores de Papa - Cálculos Sistemas de Información

## ANEXO 3. PRECIOS PAGADOS POR KILO AL PRODUCTOR DE PAPA 2016

ANEXO 3. PRECIOS MENSUALES POR VARIEDAD.															
Año	mes	Belina	Criolla	Dijacol Capiro	ICA-Huila	ICA-Nevada	ICA-Puracé	ICA-Única	Morasurco	Papa Tuquerreña	Parda Pastusa	Pastusa Suprema	Rubí	Superior	Precio promedio Variedades
2016	enero	940	2.595	1.599	1.338	2.469	1.825	1.065	823	1.545	1.280	1.186	1.244	1.325	1.325
	febrero	998	3.829	1.520	1.382	2.485	1.692	1.107	875	1.700	1.303	1.201	1.236	1.346	1.346
	marzo	1.127	4.083	1.726	1.401	2.934	1.896	1.251	983	2.268	1.503	1.371	1.355	1.528	1.503
	abril	1.146	3.826	1.690	1.415	2.658	1.801	1.278	1.013	2.515	1.469	1.358	1.437	1.517	1.469
	mayo	1.252	3.593	1.795	1.589	2.752	1.843	1.411	1.074	2.277	1.664	1.567	1.603	1.736	1.664
	junio	1.210	2.218	1.728	1.545	1.835	1.906	1.382	984	1.796	1.547	1.454	1.484	1.509	1.545
	julio	980	1.802	1.708	1.544	1.913	1.850	1.340	856	1.532	1.437	1.343	1.589	1.358	1.532
	agosto	469	1.264	848	913	1.639	943	602	419	1.067	778	673	660	768	778
	septiembre	390	1.205	780	814	1.607	900	483	440	1.025	646	529	564	613	646
	octubre	379	732	717	687	737	768	716	663	695	691	664	659	659	691
	noviembre	367	712	711	667	728	741	703	659	675	668	656	647	647	668
	diciembre	356	678	690	656	715	734	688	647	659	659	643	631	631	659

Fuente: Consejo Nacional de la Papa, DANE, Fondo Nacional de Fomento de la Papa, Federación Colombiana de Productores de Papa - Cálculos Sistemas de Información

ANEXO 4. INFOGRAFÍA DE LO OCURRIDO EN EL SUBSECTOR DURANTE EL 2016



## V. RECAUDO CUOTA DE FOMENTO

Durante el año 2016, el recaudo de la cuota de fomento presentó un comportamiento positivo en comparación al año 2015. Esto con una variación ascendente del 66,11%, al recaudar \$2.444.844.792 durante el 2015, y \$4.062.031.200 para el 2016. Dicho aumento ha permitido que el Fondo Nacional de Fomento de la Papa, cuente con recursos disponibles para la ejecución de proyectos de gran impacto en beneficio de los productores de papa del país.

**Tabla 1. Comparativo de recaudo 2016 vs 2015**

DESCRIPCIÓN	TOTAL EJECUTADO 2016	TOTAL EJECUTADO 2015	PORCENTAJE DE EJECUCION 2016
RECAUDO	\$4.062.031.200 <sup>8</sup>	\$2.444.880.792	66,14%

Fuente: Recaudo FNFP acumulado año 2016

### 1. GESTIÓN REALIZADA

#### 1.1. PROYECCIÓN META DE RECAUDO 2016

Para la proyección de los ingresos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa, el administrador tomó como línea base los datos recopilados por el Consejo Nacional de la Papa durante el año 2015, tomando como referencia las variables más importantes, como lo son: precio, área y producción, es así, que se estimó un área sembrada de 122.300 hectáreas, con un rendimiento promedio de 20 toneladas por hectárea y un precio de \$570.000 por tonelada, este precio se tomó teniendo en cuenta los contratos a futuro de la industria para el año 2016. Estas variables permitieron proyectar el valor de la producción nacional, así como el valor del recaudo de la cuota de fomento el cual se presupuestó inicialmente en \$2.715.940.560.

<sup>8</sup> Vigencias anteriores – Recaudo año 2016 por valor de \$4.061.226.268 recaudo vigencias anteriores \$804.932.

**Tabla 2. Variables cálculo meta de recaudo año 2016**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDADES
<b>AREA SEMBRADA</b>	122.300	HECTAREAS (has)
<b>RENDIMIENTO ESPERADO</b>	20	TONELADAS (ton/ha)
<b>PRECIO TONELADA</b>	\$570.000	PESOS/TONELADAS (\$cop/ton)

Al iniciar el año, acontecimientos como el “**fenómeno de El Niño**” disminuyeron la producción esperada y permitieron que los precios de la papa en todas sus variedades presentaran un incremento significativo, por lo cual se hizo necesario reevaluar la proyección del recaudo; basados en un nuevo precio estimado por tonelada de \$740.000 se estableció una nueva meta de recaudo para la vigencia 2016 de \$3.598.359.520.

Los precios de la papa conservaron un comportamiento con pocas variaciones hasta el mes de julio de 2016, lo que unido al trabajo que los asesores de recaudo realizaron durante todo el año, 3.145 visitas a comercializadores de papa como parte del seguimiento constante a los recaudadores y la gestión a nuevos recaudadores, los cuales en el año 2016 ascendieron a 292, que permitieron un incremento de la base de datos en un 85%, al pasar de 345 recaudadores activos en el 2015 a 637 en el año 2016, hizo que se requiriera un nuevo reajuste a las proyecciones del año, con lo cual se estableció como meta definitiva de recaudo para la vigencia 2016 el valor de \$4.000.000.000.

Así mismo, el recaudo para la vigencia 2016 fue de \$4.062.031.200, con lo cual se alcanzó una ejecución del 101,53%.

## 1.2. COMPORTAMIENTO DEL RECAUDO POR ZONAS

Para el año 2016 y en busca de tener un mayor control del recaudo y cobertura geográfica se definieron 5 zonas las cuales cuentan con Asesores de recaudo, así:

**Zona 1:** Bogotá

**Zona 2:** Boyacá, Santander y Norte de Santander

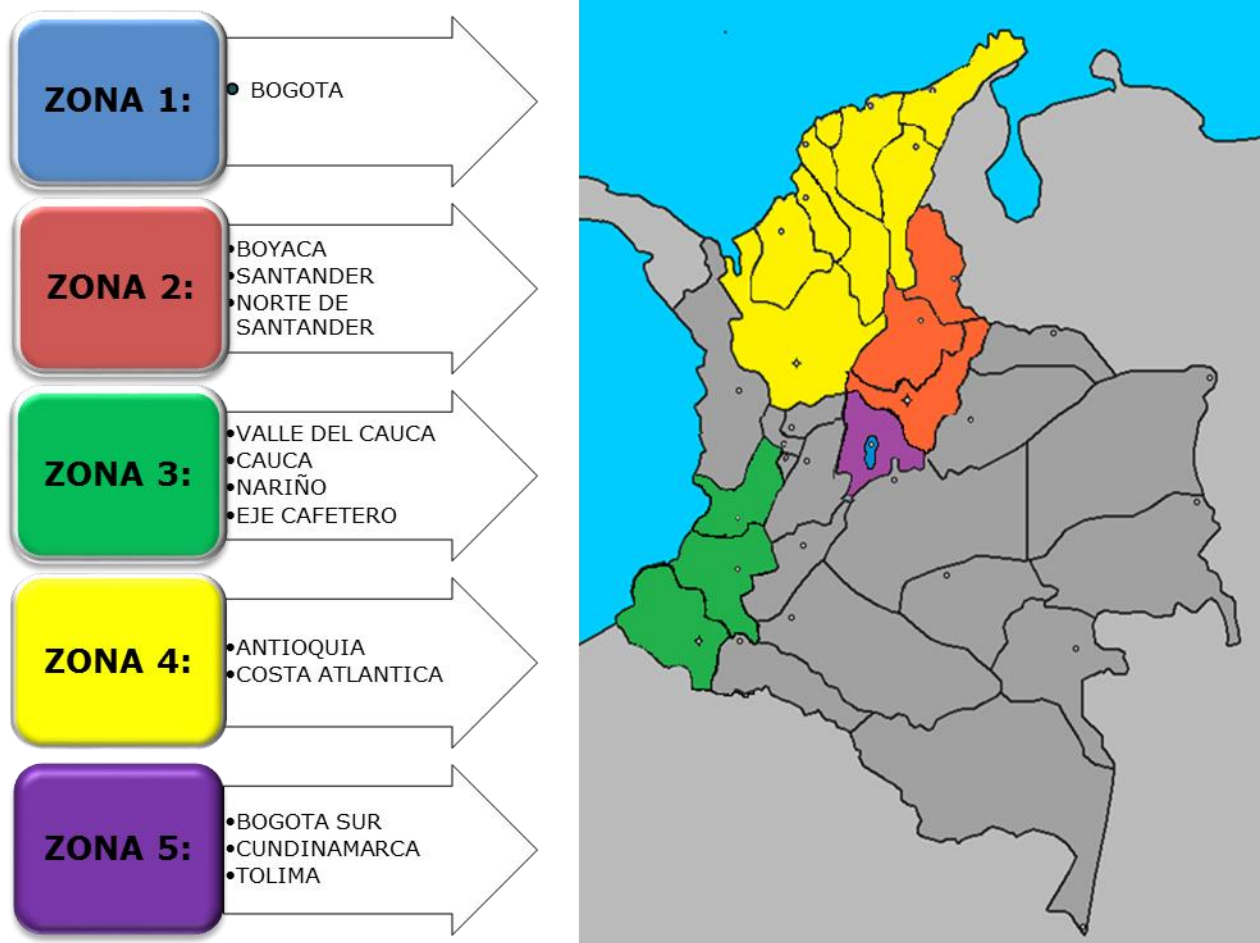


**Zona 3:** Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Eje Cafetero

**Zona 4:** Antioquia y Costa Atlántica

**Zona 5:** Bogotá/sur, Cundinamarca y Tolima.

**Gráfica 1. Zonas de recaudo 2016**



- La zona 1 que en el año 2015 cubría toda la ciudad de Bogotá, para el año 2016 se redistribuye para cubrir únicamente la zona norte de la ciudad, incluida la central mayorista de abastos CORABASTOS.



- La zona 2 cubría los departamentos de Cundinamarca y Boyacá en el año 2015. Para el año 2016 cubre Boyacá, Santander y Norte de Santander.
- A la zona 3 se le adicionaron para el año 2016, los departamentos del Eje Cafetero (Caldas, Quindío y Risaralda).
- La zona 4 permanece igual al 2015.
- La zona 5 se estableció para el año 2016, y cubre la zona sur de Bogotá (localidades de Bosa, Kennedy y Ciudad Bolívar) y los departamentos de Cundinamarca y Tolima.

Para hacer un análisis del comportamiento del recaudo durante el año 2016 frente al 2015, se tomó el recaudo del año 2015 acorde con las zonas en el año 2016 y de esta manera establecer sus metas.

**Tabla 3. Comportamiento del recaudo proyectado vs el ejecutado por zona año 2016**

ZONAS	Cifras en pesos		
	TOTAL PROYECTADO 2016	TOTAL EJECUTADO 2016	PORCENTAJE DE EJECUCION 2016
<b>ZONA 1</b>	\$1.372.148.990	\$1.408.403.122	102,60%
<b>ZONA 4</b>	\$1.000.375.048	\$1.036.793.374	103,60%
<b>ZONA 3</b>	\$928.400.521	\$934.203.090	100,60%
<b>ZONA 5</b>	\$583.857.046	\$553.826.430	94,90%
<b>ZONA 2</b>	\$84.549.467	\$108.828.105	128,70%
<b>OTROS</b>	\$30.668.928	\$19.172.148	62,50%
<b>TOTAL RECAUDO</b>	<b>\$4.000.000.000</b>	<b>\$4.061.226.268<sup>9</sup></b>	<b>101,53%</b>

Fuente: Recaudo FNFP proyectado vs ejecutado año 2016

Es de resaltar el cumplimiento global de la meta de recaudo con un 101,53% y la importancia de los asesores de recaudo, los cuales cumplieron con el objetivo planteado.

En la zona 5 se realizó un trabajo de concientización y difusión de la información referente al Fondo Nacional de Fomento de la Papa, ya que al haberse establecido solo

<sup>9</sup> No incluye vigencias anteriores

hasta el 2016, el desconocimiento por parte de los recaudadores sobre el procedimiento de recaudo y la necesidad de consolidar un base de datos, dificultaron la labor del asesor.

Así mismo al hacer un comparativo del recaudo del año 2016 frente al 2015, se evidencia qué, cada una de las zonas presentó un incremento superior al 45%.

**Tabla 4. Comparativo de recaudo 2016 vs 2015\***

Cifras en pesos

ZONAS	TOTAL EJECUTADO 2016	TOTAL EJECUTADO 2015*	PORCENTAJE DE VARIACIÓN
ZONA 1	\$1.408.403.122	\$954.092.695	47,62%
ZONA 4	\$1.036.793.374	\$618.546.473	67,62%
ZONA 3	\$934.203.090	\$565.567.656	65,18%
ZONA 5	\$553.826.430	\$248.531.523	122,84%
ZONA 2	\$108.828.105	\$51.621.477	110,82%
OTROS	\$19.172.148	\$6.520.968	194,01%
<b>TOTAL RECAUDO</b>	<b>\$4.061.226.268</b>	<b>\$2.444.880.792</b>	<b>66,11%</b>

Fuente: Recaudo FNFP acumulado año 2016  
\*recaudo 2015 redistribuido en zonas año 2016

### 1.3. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

De igual forma se clasificó el recaudo de acuerdo a los canales de comercialización de la papa, agrupados a unas características específicas, que permitieron establecer metas por cada uno de los mismos y evaluar la eficiencia del recaudo de acuerdo a su comportamiento.

Basados en datos recopilados por el Consejo Nacional de la Papa, en el cual distribuye porcentualmente la comercialización por canales, se obtuvo su participación porcentual.

**Tabla 5. Distribución de la comercialización de la producción de papa a nivel nacional por canal año 2016**

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

Fuente: Consejo nacional de la papa año 2016

A continuación, los canales:

**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, copos, gránulos, conservas, o féculas de papa. También procesan papa para consumir en paquete como chips en diferentes preparaciones.

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 2016 se estimó que el recaudo de este canal sería de un 95% de su potencial.

**GRANDES SUPERFICIES, 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 vender su producto con valor agregado, principalmente empaque y lavado.
- En los Fruvers, así como existen grandes cadenas que están debidamente formalizadas, también se encuentran Fruvers de menor tamaño que en algunos casos son informales, dificultando el recaudo de la cuota de fomento.

**HORECA:** Agrupa a los establecimientos de comercio que transforman la papa para venderla al consumidor final ya preparada, dentro ellos los restaurantes, hoteles y el servicio de catering.

De acuerdo a los datos suministrados por el Consejo Nacional de la Papa en este canal Grandes Superficies, Fruvers y Horeca se consume el 42% de la producción nacional y en el año 2016 se estima un recaudo del 15% del potencial, teniendo en cuenta que los Fruvers por su informalidad y el gran volumen de papa que comercializa, generan una importante evasión del recaudo.

**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.

En este canal se estima que se consume el 49% de la producción nacional y que el recaudo es del 12% del potencial, teniendo en cuenta su informalidad a nivel nacional.

**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.

**Tabla 6. Meta porcentual de recaudo por canal 2016**

CANALES	RECAUDO PORCENTUAL AÑO
INDUSTRIA	95%
GRANDES SUPERFICIES, FRUVERS Y HORECA	15%
PLAZAS DE MERCADO Y CENTRAL MAYORISTA	12%
SEMILLA	10%

Fuente: FNFP proyección de recaudo 2016

Para el año 2016 el recaudo por canales de comercialización se comportó de la siguiente forma:

**Tabla 7. Cumplimiento porcentual de meta de recaudo por canal de acuerdo a la comercialización año 2016**

CANALES	RECAUDO ESPERADO 2016	RECAUDO EJECUTADO 2016	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
GRANDES SUPERFICIES, FRUVERS Y HORECA	\$1.267.605.634	\$2.157.513.138	170%
INDUSTRIA	\$1.529.175.050	\$1.518.988.377	99%
PLAZAS DE MERCADO Y CENTRAL MAYORISTA	\$1.183.098.592	\$373.918.954	32%
SEMILLA	\$20.120.724	\$10.805.800	54%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>\$4.000.000.000</b>	<b>\$4.061.226.269</b>	<b>101,53%</b>

Fuente: FNFP proyección de recaudo 2016

Mientras la industria de acuerdo a la comercialización es el canal que tiene un comportamiento menos disperso entre lo proyectado y lo ejecutado con un cumplimiento del 99%, el canal de Grandes Superficies, Fruvers y Horeca, es el que tiene una mayor sobre ejecución con un 170%, esto debido a que el canal de Plazas de Mercado y Central Mayorista, es el principal proveedor para dicho canal.

Así mismo, para evaluar el recaudo de acuerdo al canal del recaudador que consigna, se estableció una meta por cada uno de ellos, además de separar el canal de Horeca, para evaluar su participación en el recaudo y el potencial que tiene, dado el gran número de establecimientos de comercio y empresas que se clasifican en el mismo, estas metas frente a la ejecución presentaron el siguiente comportamiento.

**Tabla 8. Comportamiento del recaudo proyectado vs el ejecutado por canal año 2016**

CANAL	Cifras en pesos		
	META AÑO 2016	EJECUTADO DE 2016	% DE EJECUCION META ANUAL
GRANDES SUPERFICIES Y FRUVER	\$1.549.244.584	\$1.848.061.874	119,29%
INDUSTRIA	\$1.781.502.439	\$1.518.988.377	85,26%
PLAZAS DE MERCADO	\$420.876.466	\$373.918.954	88,84%
HORECA	\$229.797.237	\$309.451.264	134,66%
SEMILLERISTA	\$18.579.274	\$10.805.800	58,16%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>\$4.000.000.000</b>	<b>\$4.061.226.268</b>	<b>101,53%</b>

Fuente: FNFP proyección de recaudo 2016

Es de resaltar que los canales de grandes superficies y Fruvers con un 119.29% y Horeca con un 134.66% son los de mayor cumplimiento frente a la meta estimada, lo cual se ve reflejado no solo en el valor recaudado, si no en el número de recaudadores nuevos que iniciaron a aportar la cuota de fomento durante el 2016, mientras que el canal de Semilleristas es el de menor recaudo frente a la meta con un 58%,16, esto debido a que al presentarse unos precios altos durante el primer semestre de 2016, parte de esta semilla se destinó al mercado de consumo.

Dentro del recaudo total para la vigencia 2016, el canal que mayor peso tiene es el de Grandes Superficies Y Fruvers con un 45,51% del total del recaudo, seguido por el canal de industria con un 37,40%, reflejando la gran importancia que tienen dentro del valor total del mismo, pero también evidenciando que canales como Horeca y plazas de mercado tienen un gran potencial para incrementar el recaudo de futuras vigencias, ya que existe un gran número de establecimientos y comercializadores, que deben cumplir con lo estipulado en la ley.



**Tabla 9. Participación del recaudo por canales de comercialización año 2016**

Cifras en pesos

CLASIFICACION	RECAUDO	%
GRANDES SUPERFICIES Y FRUVERS	\$1.848.061.874	45,51%
INDUSTRIA	\$1.518.988.377	37,40%
PLAZAS DE MERCADO Y CENTRAL MAYORISTA	\$373.918.954	9,21%
HORECA	\$309.451.264	7,62%
SEMILLAS	\$10.805.800	0,27%
<b>TOTAL RECAUDO</b>	<b>\$4.061.226.268</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Recaudo FNFP acumulado 2016

Después de evaluar el recaudo para la vigencia 2016, tanto por zonas como por canales de comercialización es importante resaltar que, de acuerdo al Consejo nacional de la Papa, para el año 2016, al tomar las variables y calcular el recaudo potencial del año, (área sembrada 126.100 hectáreas, rendimiento esperado 19,22 toneladas y un precio de \$740.000 por tonelada, precio que se tomó teniendo en cuenta los contratos a futuro de la industria para el año 2016). Se tendría que:

El recaudo potencial según el área sembrada del 2016 sería de \$17.935.380.000, mientras que la participación del recaudo obtenido en 2016 que es de \$4.061.226.268, sería del 22,6% de dicho recaudo potencial.

#### 1.4. ESTRATEGIAS DE RECAUDO

Para llevar a cabo el recaudo de la cuota de fomento proyectada, se hizo un análisis de las zonas de recaudo, evaluando su potencial, planteando una redistribución de las mismas y la creación de una nueva zona. Está se diseñó para dividir la ciudad de Bogotá, la cual para el año 2015 fue la más representativa en el recaudo. De igual forma se requirió el cubrimiento geográfico de departamentos como Santander y Norte de Santander, Tolima y el Eje Cafetero.

**Cobertura geográfica:** Al redistribuir las zonas de recaudo permitió que se pudieran realizar visitas a recaudadores que en el 2015 no se habían llegado.

- ❖ En la zona 1: El trabajo se concentró en aumentar el número de recaudadores mediante la visita a nuevos, en el año 2015 esta zona contaba con 98 recaudadores, mientras que para el año 2016 este número aumento a 149 y el recaudo presentó un incremento del 47,62%, con un recaudo para el año 2015 de \$954.092.695<sup>10</sup>, mientras para el año 2016 fue de \$1.408.403.122.
- ❖ La zona 2: Que cubría los departamentos de Cundinamarca y Boyacá para el año 2015, se reorganizó y en el año 2016 cubrió los departamentos de Boyacá, Santander y Norte de Santander, con esto, estos departamentos que en el año 2015 contaron con 70 recaudadores pasaron a tener 96 recaudadores, y el recaudo paso de \$51.621.477 en el año 2015 a \$108.828.104 en el año 2016, con un incremento del 110,82%.<sup>11</sup>
- ❖ A la zona 3: Se le adicionaron los departamentos que conforman el Eje Cafetero lo cual permitió que de 13 recaudadores que se tenían en el 2015 se pasara a 35 recaudadores en el 2016 y que mientras el recaudo para el 2015 en el Eje Cafetero fue de \$82.857.446 pasara a \$164.939.176 en el 2016 con un incremento del 99%.
- ❖ En la zona 4: La cobertura geográfica se centró en un mayor cubrimiento de la Costa Atlántica, se realizaron tres recorridos a los diferentes departamentos de la misma, mientras en Antioquia se intensificó el trabajo en posibles nuevos recaudadores. el recaudo en esta zona en el año 2015 fue de \$618.546.473 mientras en el año 2016 fue de \$1.036.793.374 con un incremento del 67,62%
- ❖ La zona 5: La cual se estableció para el año 2016, pasó a cubrir los departamentos de Cundinamarca y Tolima, este último departamento no se había visitado, además de cubrir la zona sur de Bogotá, teniendo en cuenta que la ciudad de Bogotá es la que más recaudadores tiene y a la necesidad de explotar el potencial de recaudo existente. De acuerdo a la redistribución del recaudo del año 2015 en las zonas establecidas para el 2016, esta zona recaudó la suma de \$248.531.523, en el primer año, mientras en el año 2016 \$553.826.430 con un

---

<sup>10</sup> Recaudo 2015 redistribuido en zonas año 2016

<sup>11</sup> Recaudo 2015 redistribuido en zonas año 2016

crecimiento del 122,84% y pasó de tener 47 recaudadores a 125 recaudadores en el año 2016.

**Tabla 10. Participación del recaudo por zonas en el año 2016**

Cifras en pesos			
ZONAS	DEPARTAMENTOS	VALOR	%
ZONA 1	BOGOTÁ	\$1.408.403.122	34,68%
ZONA 4	ANTIOQUIA/COSTA ATLÁNTICA	\$1.036.793.374	25,53%
ZONA 3	VALLE/CAUCA/NARIÑO/EJECAFETERO	\$934.203.090	23,00%
ZONA 5	BOGOTÁ SUR/CUNDINAMARCA/TOLIMA	\$553.826.430	13,64%
ZONA 2	BOYACÁ/SANTANDER/NORTEDE SANTANDER	\$108.828.104	2,68%
OTROS		\$19.172.148	0,47%
<b>TOTAL RECAUDO</b>		<b>\$4.061.226.268</b>	<b>100%</b>

Fuente: Recaudo FNFP acumulado año 2016

**Canales de comercialización:** En el año 2016 se realizó un trabajo especial con 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 Horeca se logró un 28% del total de nuevos recaudadores mientras que el canal de fruver un 46%.

**Mantenimiento a recaudadores activos:** Los asesores de recaudo de cada una de las zonas mediante las visitas a recaudadores realizaron un seguimiento exhaustivo a aquellos que ya venían cumpliendo con la obligación de recaudar la cuota de fomento, para el año 2015 el número total de recaudadores fue de 412 de los cuales 345 continuaron activos durante el 2016, para el año 2016 ingresaron 292 nuevos para cerrar el año 2016 con un total de 637 para un crecimiento del 84.63% de la base de datos.

## 1.5. HERRAMIENTAS PARA EL CONTROL DEL RECAUDO

Dentro de las herramientas para el control del recaudo de la cuota de fomento, se planteó la necesidad de que cada asesor realizará un total de 54 visitas mensuales, con un promedio de 4 visitas diarias y en la semana un número no menor a 16 visitas, de las cuales el 10% de estas, se realiza a potenciales nuevos recaudadores, buscando que se

amplíe en su número y realizar seguimiento a aquellos que ya cumplen con la obligación. En el año 2016 se realizaron 3.145 visitas, y la meta proyectada fue de 3.000, con lo cual se obtuvo un cumplimiento de la meta del 104,87%.

Se realizó el envío de primeros comunicados a aquellos recaudadores renuentes al pago de la cuota de fomento, posteriormente se efectuó el seguimiento por parte de los asesores de recaudo. Al cierre del 2016 se enviaron un total de 292 primeros comunicados, de los cuales 72 ya recaudan la cuota de fomento, lo que representa un 25% de los renuentes requeridos. El valor recaudado por estos es de \$35.822.171 y representa el 0.9% del recaudo total del año.

## VI. 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 2016 según Acuerdo No. 18 del 4 de diciembre de 2015, por los siguientes valores \$3.934.778.082 para ingresos y \$2.995.444.396 para gastos de los cuales \$2.595.157.420 es decir el 87% se encuentran asignados a inversión, \$128.692.920 se encuentran asignados a funcionamiento y \$271.594.056 corresponde a la contraprestación por administración. Presentó ocho modificaciones durante la vigencia, mediante los Acuerdos No. 03, 05, 07, 11, 15, 16, 19 y 20 de 2016, para un presupuesto final de \$5.800.250.242 para ingresos y \$2.938.599.989 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 2016.

**Tabla 1. Presupuesto de ingresos y gastos**

*Cifras en pesos*

Cuentas	APROP.	APROP.	EJECUCION	%
	INICIAL	DEF.	DEF.	EJECUC
<b>INGRESOS</b>	<b>3.934.778.082</b>	<b>5.800.250.242</b>	<b>5.757.989.783</b>	<b>99,27%</b>
<b>EGRESOS</b>				
FUNCIONAMIENTO	128.692.920	131.977.617	131.348.432	99,52%
CUOTA DE ADMINISTRACION	271.594.056	410.393.170	406.203.099	99,98%
INVERSION	2.595.157.420	2.396.229.202	2.342.893.611	97,77%
<b>TOTAL INVERSION Y FUNCION.</b>	<b>2.995.444.396</b>	<b>2.938.599.989</b>	<b>2.880.445.143</b>	<b>98,02%</b>
<b>RESERVA PROY. INV. Y GTOS.</b>	<b>939.333.686</b>	<b>2.861.650.253</b>	<b>2.877.453.640</b>	<b>100,55%</b>

**Fuente:** Acuerdos No. 18 de 2015 y Nos. 03, 05, 07, 11, 15, 16, 19 y 20 de 2016

## VII. INFORME DE TESORERÍA

### SALDOS BANCOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016

CUENTAS BANCARIAS E INVERSIÓN		
ENTIDAD	SALDO	PARTICIPACION
DAVIVIENDA CUENTA DE AHORROS	\$ 33.516.634	1,16%
BOGOTA CUENTA DE AHORROS	\$ 1.244.796.027	43,25%
CDT A 90 DÍAS DAVIVIENDA	\$ 1.600.000.000	55,59%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.878.312.661</b>	<b>100,00%</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	0,96 % EA
BOGOTA CUENTA DE AHORROS	6,5% EA *
CDT A 90 DÍAS DAVIVIENDA	7,4% EA **

\* Esta tarifa está vigente desde el 22 de septiembre de 2016.

\*\* El 5 de octubre se realizó la constitución de la cuenta de Fondos de Inversión Colectiva por \$1.601.000.000. Debido a la variación en las tarifas de rendimientos financieros el 9 de diciembre se constituyó un CDT a 90 días con una tarifa del 7,4% E.A.



## VIII. INFORME PROGRAMAS Y PROYECTOS

PROGRAMA	PROYECTO	PPTO INICIAL	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>ESTUDIOS ECONÓMICOS</b>	Sistematización, Control a la Evasión y Elusión de la Cuota de Fomento de la Papa	\$447.565.554	\$440.324.966	98,38%
	Sistemas de Información	\$40.513.710	\$38.403.599	94,79%
	Secretaría Técnica – Apoyo para el Funcionamiento y Operatividad de la Cadena Agroalimentaria de la Papa	\$12.523.056	\$12.523.056	100,00%
	Seminario Internacional de la Papa	\$189.121.070	\$189.121.070	100,00%
	Estudio Comparativo de Formalización del Mercado Laboral Agrícola Colombiano	\$10.000.000	\$10.000.000	100,00%
	Estudios Sobre Política Comercial e Internacional de Productos Agrícolas	\$44.718.000	\$44.718.000	100,00%
	<b>INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA</b>	Núcleos Progresivos de Asistencia Técnica en el Sector Productivo de Papa	\$999.699.333	\$963.064.672
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	Estrategias para Generar Nuevos Momentos y Formas de Consumo de Papa en Fresco	\$572.088.480	\$569.739.227	99,59%
	Plan Estratégico de Consumo de Papa 2017 al 2021	\$80.000.000	\$74.998.640	93,75%
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE INVERSION</b>		<b>\$2.396.229.203</b>	<b>\$2.342.893.611</b>	<b>97,77%</b>

## PROGRAMA: ESTUDIOS ECONÓMICOS

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

**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, brindando las herramientas necesarias para su debida y correcta sistematización, así como acciones encaminadas a incrementar el recaudo de la cuota y la disminución en la evasión y en la elusión de la misma.

#### RECAUDO CUOTA DE FOMENTO.

**Objetivo específico N° 1:** Plantear estrategias para el incremento del recaudo de la cuota de fomento, disminuyendo la evasión.

**Indicador:** Porcentaje de cumplimiento de meta de recaudo

**Meta:** recaudar en el año 2016 **\$4.000.000.000**.

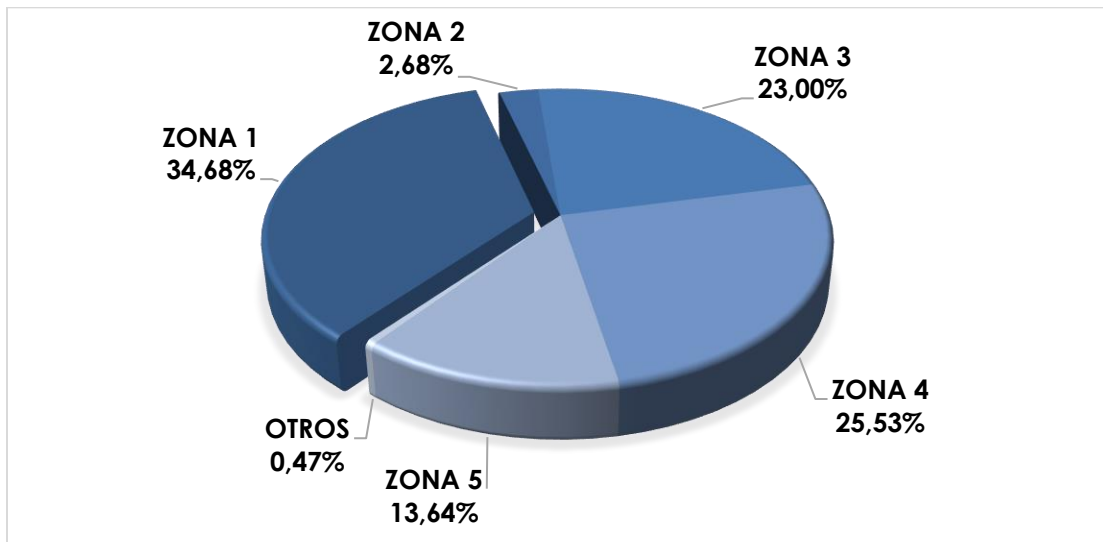
**Tabla 1. Porcentaje de cumplimiento meta de recaudo año 2016**

Cifras en pesos

META 2016	EJECUCION 2016	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
\$4.000.000.000	\$4.061.226.268	101,53%

Durante el año 2016 se recaudó la suma de \$4.061.226.268, lo cual equivale a un cumplimiento de la meta anual del **101,53%**.

**Gráfico 1. Participación del recaudo por zonas año 2016**



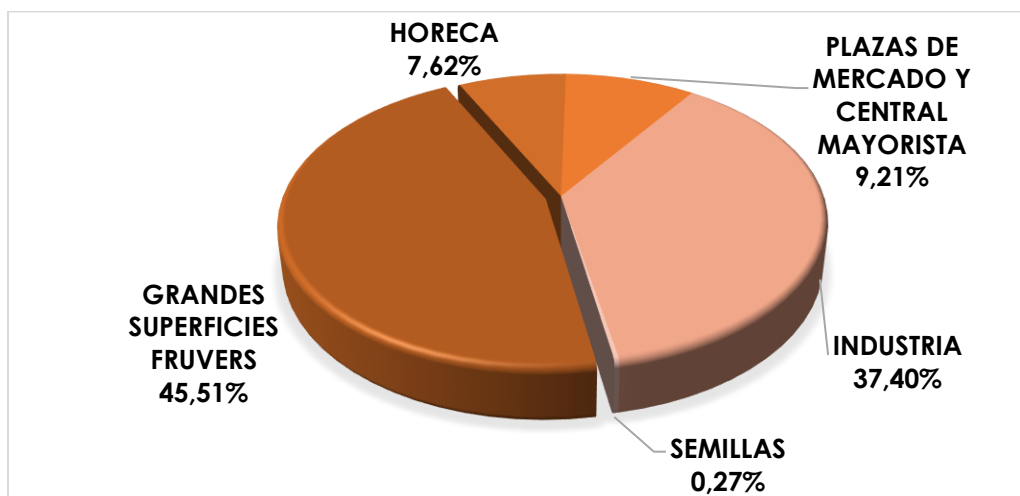
Fuente: Recaudo FNFP acumulado año 2016

Dentro de las zonas estipuladas, la zona 1 que comprende la ciudad de Bogotá, sin incluir las localidades de Bosa, Kennedy y Ciudad Bolívar (pertenecen a la zona 5) es la más importante dentro del recaudo con una participación del 34,68% del total del mismo para el año 2016, es importante resaltar que dicha zona, aunque no es productora de papa, si es la de mayor comercialización, ya que en ella se concentra un número importante de industrias, así como la mayor central mayorista del país (CORABASTOS). Así mismo como se puede observar en la tabla 2. (*Comportamiento del recaudo proyectado vs el ejecutado por zona año 2016*), esta zona presentó un crecimiento frente al recaudo del año inmediatamente anterior del 47.62% evidenciando su importancia en el recaudo y el potencial de crecimiento que tiene para el mismo.

De otro lado, la zona 2 que comprende los departamentos de Boyacá, Santander y Norte de Santander, es la “menos” representativa del recaudo con una participación del 2,68% del total del mismo. Pero se deben resaltar varios aspectos relevantes que la hacen de gran trascendencia no solo para el proyecto de recaudo, si no para el Fondo Nacional de Fomento de la Papa en general, Boyacá es el segundo productor de papa a nivel nacional, el segundo en número de productores y la comercialización de papá se realiza principalmente hacia la ciudad de Bogotá (zona 1, no productora), con lo cual

se evidencia que su potencial, es de vital importancia, no solo en el crecimiento del recaudo, si no como fuente de información para todos los proyectos del fondo.

**Gráfico 2. Participación del recaudo por canales de comercialización año 2016**



Fuente: Recaudo FNFP acumulado año 2016

Dentro de los canales de comercialización en el año 2016, el más representativo es el canal de grandes superficies y fruvers el cual representa el 45,51% del total del recaudo para el año, que en el año inmediatamente anterior representaba el 40,76%. Así mismo el canal industria en el año 2016 representa el 35,34%, mientras que en el año 2015 representaba el 48,01%, evidenciando que el canal de grandes superficies, fruvers, tiene un gran potencial de crecimiento de recaudo y gran parte del trabajo de los asesores se ha dirigido a este.

**Tabla 2. Comportamiento del recaudo proyectado vs el ejecutado por canales de comercialización año 2016**

CANAL	RECAUDO 2016	RECAUDO 2015*	VARIACION %
GRANDES SUPERFICIES Y FRUVER	\$1.848.061.874	\$953.129.394	93,89%
INDUSTRIA	\$1.518.988.377	\$980.979.214	54,84%
PLAZAS DE MERCADO	\$373.918.954	\$218.548.925	71,09%
HORECA	\$309.451.264	\$284.899.540	8,62%
SEMILLERISTA	\$10.805.800	\$7.323.719	47,55%
<b>TOTALES</b>	<b>\$4.061.226.268</b>	<b>\$2.444.880.792</b>	<b>66,11%</b>

Fuente: Recaudo FNFP acumulado 2016  
 \*recaudo 2015 redistribuido en zonas año 2016

## GESTIÓN A NUEVOS RECAUDADORES

**Objetivo específico No 2:** Identificar, registrar y actualizar la información de las personas, entidades o empresas obligadas a recaudar la Cuota de Fomento a la papa.

**Indicador:** Incremento de la base de datos nuevos recaudadores

**Meta:** Crecimiento de la base de datos en 242 nuevos recaudadores

**Tabla 3. Porcentaje de cumplimiento meta de recaudo año 2016**

META NUEVOS RECAUDADORES 2016	EJECUCION NUEVOS RECAUDADORES 2016	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
242	292	121%

En el Año 2016, se incrementó la base de datos de recaudadores en 292, de los cuales el 46% pertenecen al canal de fruvers, el 28% al canal de Horeca y el 16% al canal de plazas de mercado, siendo estos los canales que más aumentaron el número de recaudadores.

**Tabla 4. Participación en el recaudo de nuevos recaudadores**

Cifras en pesos

NUEVOS RECAUDADORES VS EL RECAUDO DE 2016				
ZONAS	RECAUDADORES NUEVOS	VR RECAUDADO 2016	RECAUDO TOTAL 2016	PORCENTAJE DE PARTICIPACION EN EL RECAUDO
ZONA 5	85	\$33.915.006	\$553.826.430	6,12%
ZONA 3	84	\$15.587.296	\$934.203.090	1,67%
ZONA 1	58	\$20.685.714	\$1.408.403.122	1,47%
ZONA 2	36	\$5.125.837	\$108.828.104	4,71%
ZONA 4	22	\$18.699.356	\$1.036.793.374	1,80%
OTROS	7	\$1.082.760	\$19.172.148	5,65%
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>\$95.095.969</b>	<b>\$4.061.226.268</b>	<b>2,34%</b>

Fuente: Recaudo FNFP 2016

La participación de los nuevos recaudadores en el incremento del recaudo del año 2016, es muy significativa, no solo por la cobertura geográfica que cada asesor de recaudo ha logrado, sino por la participación de estos en el recaudo de la vigencia 2016. Es así que el número de recaudadores para el año 2016 aumento en 292 respecto al año 2015 y participaron con el 2.92% del recaudo, teniendo en cuenta que se toma el recaudo del primer mes de pago para calcular dicha participación.

## IDENTIFICACIÓN DE CONSIGNACIONES REALIZADAS

**Objetivo específico N° 3:** Verificar la correcta liquidación de la contribución parafiscal, su debido pago, recaudo y consignación, así como su administración y contabilización, para garantizar el óptimo recaudo de la Cuota de Fomento a la papa.

**Indicador:** Identificación de consignaciones realizadas por los recaudadores

**Meta:** Identificación del 95% de consignaciones realizadas por los recaudadores



**Tabla 5. Porcentaje de cumplimiento meta de identificación consignaciones año 2016**

No DE CONSIGNACIONES SIN IDENTIFICAR 2016	No TOTAL DE CONSIGNACIONES REALIZADAS POR RECAUDADORES AÑO 2016	PORCENTAJE DE CONSIGNACIONES SIN IDENTIFICAR AÑO 2016
34	5.329	104,58%

En el año 2016, se identificaron el 99,36% de las consignaciones realizadas por los recaudadores, solo el 0,64% de estas no se ha identificado debido al mal diligenciamiento de datos por parte de quien consigna, para ello se tomaron las medidas pertinentes tanto para evitar en lo posible el mal diligenciamiento, con el envío del procedimiento de consignación a cada uno de los recaudadores, así mismo los asesores de recaudo deberán verificar que todos los recaudadores activos consignen mensualmente la cuota de fomento y en aquellos recaudadores que no figure consignación o que presenten inconsistencias se les pedirá la información y soportes de toda la vigencia para verificar si alguna de estas consignaciones pertenecen a ellos.

El valor de estas consignaciones sin identificar asciende a \$1.531.593 que representan el 0,04% del recaudo para la vigencia 2016, de igual forma se pedirá información a cada uno de los bancos y en aquellas consignaciones que tengan un valor significativo, se solicitará copia del soporte a la entidad bancaria, teniendo en cuenta que este tiene un costo.

## VISITAS A RECAUDADORES

**Objetivo específico N° 4:** Realizar visitas a recaudadores para el control, vigilancia, asesorías y validación del cumplimiento del procedimiento establecido para el recaudo de la cuota de fomento.

**Indicador:** N° de visitas realizadas durante el año.

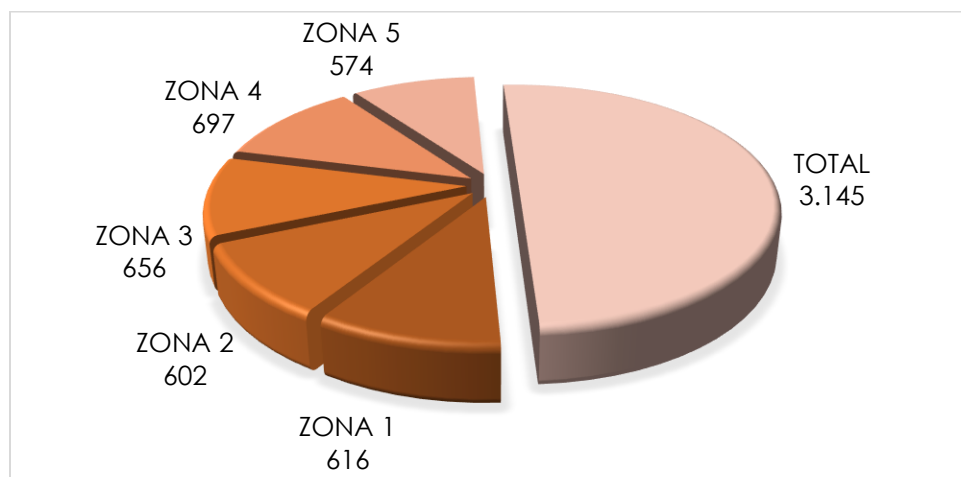
**Meta:** Realizar 3.000 visitas a recaudadores durante el año 2016



**Tabla 6. Porcentaje de cumplimiento meta anual de visitas**

No. DE VISITAS PROYECTADAS EN EL AÑO 2016	No. TOTAL DE VISITAS EJECUTADAS A JUNIO 30 DE 2016	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO No DE VISITAS AÑO 2016
3.000	3.145	104,83%

**Gráfico 3. Visitas realizadas a recaudadores**



Fuente: Recaudo FNFP acumulado de visitas año 2016

**Tabla 7. Visitas realizadas por asesor de recaudo año 2016**

ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3	ZONA 4	ZONA 5	TOTAL
616	602	656	697	574	3.145

Fuente: Recaudo FNFP 2016  
Cálculo: FNFP

Durante el año de 2016 se realizaron en promedio 57 visitas por asesor de recaudo, teniendo en cuenta iniciaron labores de visitas a partir de la última semana del mes de enero y su labor se fundamentó inicialmente en visitar a aquellos recaudadores que ya retenían y consignaban la cuota de fomento, así como continuar la actualización de las bases de datos de cada una de las zonas.

Dentro de la estrategia de recaudo se priorizó en el aumento del número de recaudadores activos con los cuales cuenta cada zona, es por esto que tanto el crecimiento de las visitas como el crecimiento del recaudo por nuevos recaudadores se incrementó de manera importante durante el año 2016.

## MARCO LÓGICO

No.	Objetivo	Acciones	Metas	Indicadores	Cumplimiento 2016 (%)	Fuentes de verificación	Supuestos básicos
1	Plantear estrategias para el incremento del recaudo de la cuota de fomento, disminuyendo la evasión.	Ejecutar procedimiento de recaudo.	Recaudar en el año 2016 \$4.000.000.0000	((valor recaudado 2016) / (valor proyectado recaudo 2016)) *100%	101,53%	Sistema contable	Se requiere contar con los asesores de recaudo y las herramientas necesarias durante los 12 meses del año 2016
2	Identificar, registrar y actualizar la información de las personas, entidades o empresas obligadas a recaudar la Cuota de Fomento a la papa.	Identificación y recaudo a nuevos recaudadores	Crecimiento de la base de datos en 242 nuevos recaudadores	(nuevos recaudadores 2016) / (proyectado nuevos recaudadores 2016)) *100%	121%	Sistema contable	Se debe contar con la información necesaria para la identificación de los nuevos recaudadores
3	Verificar la correcta liquidación de la contribución parafiscal, su debido pago, recaudo y consignación, así como su administración y contabilización, para garantizar el óptimo recaudo de la Cuota de Fomento a la papa.	Identificación de consignaciones efectuadas por parte de recaudadores	Identificación anual del 95% de consignaciones realizadas por los recaudadores	((# consignaciones identificadas 2016) / (# total de consignaciones 2016)) *100%	104,58%	Sistema contable	Las consignaciones deben diligenciarse de acuerdo al procedimiento establecido. Se debe contar con los extractos bancarios
4	Realizar visitas a recaudadores para el control, vigilancia, asesorías y validación del cumplimiento del procedimiento establecido para el recaudo de la cuota de fomento.	Realizar de visitas a recaudadores	Realizar 3.000 visitas a recaudadores durante el año 2016	((# de visitas realizadas 2016) / (# visitas proyectadas 2016)) *100%	104,83%	Actas de visita a recaudadores	Se contará con 5 asesores de recaudo durante los 12 meses del 2016 Los asesores deben diligenciar un acta cada vez que visiten a un recaudador.

## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ITEM	PPTO 2016	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>260.721.659</b>	<b>260.555.346</b>	<b>99,94%</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>186.843.896</b>	<b>179.769.620</b>	<b>96,21%</b>
<b>MUEBLES, EQUIPO Y SW</b>	19.539.776	19.539.796	100,00%
<b>MATERIALES Y SUMINISTROS</b>	34.200.000	34.251.377	100,15%
<b>SERVICIOS PÚBLICOS</b>	6.336.000	6.336.000	100,00%
<b>ARRIENDOS</b>	12.000.000	12.000.000	100,00%
<b>CORREO</b>	4.200.000	3.484.820	82,97%
<b>VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE</b>	68.400.000	63.839.268	93,33%
<b>CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN</b>	19.490.000	18.828.684	96,61%
<b>DOTACIONES</b>	2.200.000	2.200.000	100,00%
<b>COMISIONES Y GASTOS BANCARIOS</b>	14.900.000	14.897.656	99,98%
<b>TRANSPORTES, FLETES Y ACARREOS</b>	1.800.000	613.900	34,11%
<b>COMPRA BASE DE DATOS</b>	3.778.120	3.778.120	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>447.565.554</b>	<b>440.324.966</b>	<b>98,38%</b>

La ejecución presupuestal del proyecto de sistematización, control a la evasión y elusión de la cuota de fomento de la papa fue del 98.38%, y el rubro con menor ejecución fue el de transportes, fletes y acarreos con un 34.11%, teniendo en cuenta que esta ejecución fue producto de la optimización de recursos. De igual forma, en el cumplimiento de indicadores la ejecución fue:

- Recaudo cuota de fomento 101,53%
- Nuevos recaudadores 121%
- Identificación de consignaciones realizadas 104.58%
- Visitas a recaudadores 104,83%.

## **PROYECTO: SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

En la actualidad, la cadena agroalimentaria de la papa no cuenta con un sistema consolidado que proporcione de manera oportuna información sobre su sistema productivo y sus principales indicadores, los cuales son necesarios para la toma de decisiones y la planificación de los actores involucrados en las diferentes etapas del proceso productivo y de comercialización. Por tanto, la cadena no cuenta con metodologías definidas y estandarizadas que logren de manera efectiva una persistencia en los métodos de acopio, recolección, transformación, generación, análisis y difusión de datos sobre las principales variables del sistema productivo (superficie sembrada, producción, rendimientos, variedades, épocas de siembra y cosecha, características de los productores y de los predios, alertas climáticas, estado fitosanitario de los cultivos, precios y mercados, entre otros).

El sistema de información de la papa nace con el fin de consolidar las cifras sectoriales, permitiendo así una orientación hacia el seguimiento y la evaluación de las decisiones de los agentes, partiendo de un enfoque multidimensional, conciso, veraz y confiable que permita basar sus herramientas en la administración de resultados basados en información oportuna.

### **OBJETIVO PRINCIPAL**

Planear, organizar y realizar todas las actividades orientadas a estructurar y generar información económica y estadística que permita a la cadena productiva del sub sector de la papa la toma de decisiones en las diferentes etapas de la producción y comercialización.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y RESULTADOS

**Objetivo 1:** Contar con cifras de área y producción del sector de la papa

**Meta:** Realizar 2 boletines de área y producción durante el año 2016

**Principal resultado:** 3 boletines Econopapa de áreas y producción:

- **Econopapa edición No.6:** Área cosechada (papa) en Colombia y rendimiento de cultivos en Alemania.
- **Econopapa edición No.15:** Producción de papa y clima en Colombia y América Latina.
- **Econopapa edición No.18:** Variabilidad climática en Colombia y América Latina.
- Reconstrucción de la serie estadística anual de área y producción de 1987 a 2016 para los 8 departamentos productores.

**Nivel de cumplimiento:**



**Objetivo 2:** Contar con estadísticas de precios de variedades de papa.

**Meta:** Realizar 2 informes y/o boletines producto del cruce de información recaudo, campañas de consumo durante el año 2016

**Principal resultado:** 2 Informes sobre precios.

- **Informe:** Análisis de precios pagados por los recaudadores por variedad y canales de comercialización.
- **Artículo revista papa:** Hechos y realidades del subsector productivo de la papa.
- Reconstrucción de la serie estadística semanal de precios pagados al productor para trece variedades (Ica Nevada, Ica Huila, Ica única, Ica Puracé, Rubí, Pastusa, Suprema, Superior, Betina, Criolla Limpia y Sucia, Diacol Capiro, Tuquerreña, Morasurco) durante el periodo 2014w1 a 2016w52.

## Nivel de cumplimiento:



**Objetivo 3:** Contar con información de Coyuntura sectorial local, Nacional e Internacional.

**Meta:** Realizar 2 informes y/o boletines de información nacional e internacional durante el año 2016.

**Principal resultado:** 2 boletines Econopapa de información nacional e internacional:

- **Econopapa edición No.5:** Importaciones de papa precocida en Colombia y producción en fresco mundial.

- **Econopapa edición No.17:** Transferencia Tecnológica en el cultivo de la papa en Colombia y argentina.
- Elaboración de un informe de coyuntura económica en el mes de septiembre.

## Nivel de cumplimiento:



**Objetivo 4:** Consolidar toda la Información en una nueva plataforma llamada Sistema de Información de la Papa "SISPA".

**Meta:** Realizar el diseño de la plataforma de información de la papa.

**Principal resultado:** Diseño de la estructura de la plataforma y los formularios de recolección de información.

- consecución de las series de precios semanales para trece variedades a nivel departamental; de la producción y área sembrada en los ocho departamentos anual desde 1987 a 2016 y semestral de 2009A a 2016b, comercio exterior (exportaciones e importaciones) de papa periodo 2010 a 2016.



## Nivel de cumplimiento:



## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ITEM	PPTO 2016	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	31.259.500	30.771.721	98,44%
GASTOS GENERALES	9.254.210	7.631.878	82,47%
MUEBLES, EQUIPO Y SW	3.854.210	3.854.210	100,00%
MATERIALES Y SUMINISTROS	600.000	600.000	100,00%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	4.800.000	3.177.668	66,20%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>40.513.710</b>	<b>38.403.599</b>	<b>94,79%</b>

Se logró el cumplimiento de los objetivos trazados por una optimización y eficiencia del rubro de gastos generales. Por otro lado, en lo que refiere al rubro de servicios personales, se presentó un periodo de intermitencia hacia mitad de año, entre el antiguo responsable del proyecto de sistemas de información y el nuevo.

## MARCO LÓGICO

NO.	OBJETIVO	ACCIONES	METAS	INDICADORES	CUMPLIMIENTO 2016 (%)	FIE. DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS BÁSICOS
1	Contar con cifras de Área y producción del sector de la papa	Consolidación y consecución a través de los técnicos de área y producción por zonas y resultados de los proyectos de asistencia técnica 2015.	2 informes Anuales	[ Informes Generados / Informes a Entregar]	150%	Informes de Gestión Semestrales	Información disponible
2	Contar con estadísticas de precios de variedades de papa.	Consolidación y consecución a través de CORABASTOS, cruce de información de recaudo, campañas de consumo	2 informes Anuales	[ Informes Generados / Informes a Entregar]	100%	Informes de Gestión Semestrales	Información disponible
3	Contar con información de Coyuntura sectorial local, Nacional e Internacional.	Consolidación y consecución a través de información disponible en entidades relacionadas con el sector a nivel local, nacional e internacional	2 informes Anuales	[ Informes Generados / Informes a Entregar]	100%	Informes de Gestión Semestrales	Información disponible
4	Consolidar toda la información en una nueva plataforma llamada Sistema de Información de la Papa "SISPA"	Consolidación de series y metodología de Precios, Áreas, Producción y Rendimiento	100% de las Series construidas a diciembre de 2016	[Número de Series Calculadas / Número de series a calcular]	100%	Boletines e Informe de Gestión Semestral	Información disponible

## PROYECTO: SECRETARÍA TÉCNICA – APOYO PARA EL FUNCIONAMIENTO Y OPERATIVIDAD DE LA CADENA AGROALIMENTARIA DE LA PAPA

### OBJETIVO PRINCIPAL

Promover el desarrollo de la cadena agroalimentaria de la papa a través de la concertación y ejecución de planes, programas y proyectos enmarcados en el Acuerdo de Competitividad suscrito por los actores de la cadena.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Mantener en operación la Organización Nacional de la Cadena de la Papa como órgano consultivo del gobierno nacional en materia de política para el subsector de la papa en Colombia.
2. Concertar y promover la ejecución de un plan de acción anual a nivel nacional conforme al Plan Estratégico del Acuerdo de Competitividad de la Cadena.

### MARCO LÓGICO

**Objetivo específico No. 1:** Mantener en operación la Organización Nacional de la Papa como órgano consultivo del gobierno nacional en materia de política para el subsector de la papa en Colombia.

ACCIONES	METAS	INDICADORES	Cumplimiento 2016 (%)	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS BASICOS
Contratación del secretario nacional	1 secretario contratado	# de personas contratadas	100%	Contrato Registro de asistencia	Disponibilidad de presupuesto
Consolidar la organización de la cadena	1 organizaciones de cadenas en funcionamiento	# de reuniones del consejo			Existe voluntad y compromiso de los miembros del consejo

**Objetivo específico No. 2:** Concertar y promover la ejecución del plan de acción anual a nivel nacional conforme al Plan Estratégico del Acuerdo de Competitividad de la Cadena.

ACCIONES	METAS	INDICADORES	Cumplimiento 2016 (%)	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS BASICOS
Implementación de plan de acción de la cadena a nivel nacional	1 plan de acción con un mínimo de 60% de ejecución	# de planes	0%	Informes técnicos	Se cuenta con recursos para el financiamiento de los planes, programas y proyectos contemplados en los planes de acción

Este proyecto fue asumido por decisión Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, teniendo en cuenta su importancia e impacto para el mismo y contaban con los recursos para su ejecución, de esta manera se devolvieron los recursos que no se ejecutaron.

## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ITEM	PPTO 2016	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	10.000.000	10.000.000	100,00%
HONORARIOS	10.000.000	10.000.000	100,00%
GASTOS GENERALES	2.523.056	2.523.056	100,00%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	2.523.056	2.523.056	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>12.523.056</b>	<b>12.523.056</b>	<b>100,00%</b>

## PROYECTO: SEMINARIO INTERNACIONAL DE LA PAPA

### OBJETIVO PRINCIPAL

A través de ponencias magistrales, realizadas por expertos internacionales, contribuir a la actualización técnica para el subsector de la papa con énfasis en sustentabilidad, competitividad y nutrición, con el fin de establecer modelos innovadores que aporten a toda la cadena de valor.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Fomentar la participación de los diferentes dirigentes de los eslabones de la cadena con el fin de obtener intercambios de experiencias en el sistema productivo.
2. Construir y/o actualizar la base de datos buscando cada vez más la formalización del sector y el involucramiento de futuros líderes.

### MARCO LÓGICO

No	Objetivo	Acciones	Metas	Indicadores	Cumplimiento 2016 (%)	Fuentes de verificación	Supuestos básicos
1.	Fomentar la participación de los diferentes dirigentes de los eslabones de la cadena con el fin de obtener intercambios de experiencias en el sistema productivo.	Selección e invitación de los diferentes líderes referentes del sector	Congregar en un solo lugar a 100 principales líderes del subsector de la papa	# de personas invitadas	150%	Contrato	El conocimiento en la producción y comercialización de papa, es del interés de todos los participantes de la cadena de producción y comercialización de la papa.
2.	Construir y/o actualizar la base de datos buscando cada vez más la formalización del sector y el involucramiento de futuros líderes.	Invitación a público en general	400 participantes de las zonas productivas	Registros de asistencia y certificados	163%	Informes Final	Aporte de Fedepapa



## “EL FUTURO ESTA EN LA CALIDAD”



## PROGRAMA ACADÉMICO

### ❖ FORO: "Los Retos del Sector de la Papa"

**Moderador:** Héctor José Villareal Márquez - Profesional de Apoyo para la Cadena Productiva de la Papa/Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

**Objetivo:** Contextualizar a los agricultores y demás actores de la cadena sobre los retos y oportunidades del sector de la papa, a partir del análisis del entorno productivo global, de las políticas y planes gubernamentales, de la situación actual y las perspectivas del mercado de insumos y de la industria de procesamiento, de los nuevos enfoques de la comercialización y de los procesos de planificación del territorio.

## ❖ AGRICULTURA SUSTENTABLE Y EL USO DE FERTILIZANTES

**Moderador:** Miles Richard Harriman (Noruega) - Agrónomo Jefe en YARA International ASA. Estudios

**Objetivo:** Establecer la dirección estratégica y de procesos en la Agronomía y en los Cultivos, conduciendo al agricultor en estrategias esenciales en el campo.

## ❖ EXPERIENCIA DE MÉXICO EN PROCESOS PRODUCTIVOS CON ESTÁNDARES DE CALIDAD

**Moderador:** Luis Rubén García Dávila (México) - Director Comercial/Cosmocel s.a.

## ❖ MODELO INTEGRADO DE MERCADEO DE PAPA EN GRANDES SUPERFICIES

**Moderador:** Amanda Castillo - Directora regional Bogotá área comercial frutas y verduras/Supertiendas y Droguerías Olímpica S.A. y Carlos Márquez - Jefe de Compras Papa/Supertiendas y Droguerías Olímpica S.A.

## ❖ EVENTO ACTIVACION DE MARCA

**Moderador:** Julio Herrera - Category Manager Brand Building Dressings Middle Americas (Unilever de Centroamérica y Andina), Bogotá.

## ❖ FORO: "Alternativas de la papa colombiana como un producto esencial en la nutrición y el sector astronómico"

**Moderador:** José Manuel García Páez - Gerente general/Federación Nacional de Productores de Papa (FEDEPAPA). Contexto del sector papa.

Claudia Barreto González - Presidenta Ejecutiva/Asociación Colombiana Industria Gastronómica- ACODRES. Contexto del sector Turístico y Gastronómico

Francois Cornellis - Chef internacional/Propietario: Restaurante La Cigale. La papa como aporte a la cocina internacional



Leonel Armando Jaramillo Sanabria - Chef Escuela de Gastronomía Leonel Jaramillo.  
Variedades gastronómicas con nuestras papas colombianas.

Gloria Johanna Bustos Leiton - Nutricionista Dietista Investigadora/Universidad Nacional  
de Colombia. Aportes nutricionales de la papa

## ❖ OPORTUNIDAD DE LA PAPA COMO MOTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO (CASO PERÚ)

**Moderador:** Juan Del Campo - Jefe de Cancillería/Embajada del Perú

### EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ITEM	PPTO 2016	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>189.121.070</b>	<b>189.121.070</b>	<b>100,00%</b>
<b>MATERIALES Y SUMINISTROS</b>	14.890.403	14.890.403	100,00%
<b>VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE</b>	11.649.548	11.649.548	100,00%
<b>CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN</b>	162.581.119	162.581.119	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>189.121.070</b>	<b>189.121.070</b>	<b>100,00%</b>

## **PROYECTO: ESTUDIO COMPARATIVO DE FORMALIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL AGRÍCOLA COLOMBIANO.**

### **OBJETIVO PRINCIPAL:**

Realizar un estudio de la legislación laboral para el sector agropecuario, mediante un ejercicio de análisis de derecho comparado.

En la actualidad, si bien las relaciones de trabajo en el sector rural se rigen por la normatividad general contemplada en el Código Sustantivo del Trabajo y demás normas que lo reglamentan y modifican, existen instituciones actualmente vigentes que pueden reforzarse bajo modelos de implementación progresiva.

En este entendido, no existe hasta el momento un régimen laboral especial para el sector rural, aunque sí existe el derecho agrario, a través del cual se busca regular problemas relativos a la tenencia de tierras y a la actividad agraria que se realiza sobre ella, por lo que resulta fundamental una articulación entre estas dos ramas de derecho que garantice el pleno disfrute de los derechos de los y trabajadoras rurales.

No podía ser de otra manera si la población campesina está formada por personas que viven de la tierra y del trabajo, y los problemas que se tratan de resolver en el agro con la aplicación de esas dos ramas del derecho, las instituciones económicas y sociales que ellas rigen, las situaciones de tenencia de la tierra, los sistemas de producción agropecuaria, las forma de trabajo campesino, los niveles de ingreso y las condiciones de vida de los productores y asalariados, hacen parte o son consecuencia de la producción agraria del país<sup>12</sup>.

En este sentido, instituciones laborales tales como el salario mínimo, el jornal, el salario integral, la jornada de trabajo, el adiestramiento o la capacitación, los medios de labor

---

<sup>12</sup> VANÍN TELLO, Joaquín. *Derecho Agrario Teoría General*. Tomo I. Editorial Universidad Externado de Colombia. 1985. Pág. 734

y protección, y el régimen prestacional, son pertinentes, pero es necesario tener en cuenta las condiciones especiales del trabajo rural para efectos de lograr el objetivo de mejoramiento de la calidad de vida, el cual, no es fácilmente realizable actualmente desde las disposiciones laborales, diseñadas en su gran mayoría para el trabajo industrial, comercial o urbano<sup>13</sup>.

En concordancia con lo anterior, hay que aclarar que aquellas políticas e instituciones jurídicas que tengan que ver con el mejoramiento de la calidad de vida de la clase trabajadora campesina, deben ser económicamente sostenibles en virtud del objeto de las normas laborales referido a la coordinación económica y el equilibrio social, porque de lo contrario, medidas económicamente insostenibles generarían una afectación a la empleabilidad.

La principal protección que se le debe dar al trabajador del sector rural es la estabilidad y la conservación de su empleo, porque ésta permite aplicar todas aquellas disposiciones laborales protectoras<sup>14</sup>.

En la actualidad, el sector agrícola colombiano en general en términos de vinculación laboral de sus trabajadores es informal, ya sea porque las misma actividad en algunos casos es tan corta a veces incluso de solo días en determinadas temporadas que no permite la vinculación a sistemas de seguridad social dada la complejidad del procedimiento y más aún en zonas alejadas a cabecera o en algunos casos los precios del producto no permiten asumir los costos del actual régimen laboral como es concebido hoy en día.

---

<sup>13</sup> ARIAS PÉREZ, Ana Maria; DIAZGRANADOS QUIMBAYA, Luis Adolfo. *Acercamiento conceptual y análisis del tratamiento histórico, normativo y jurisprudencial de los trabajadores rurales, a propósito de la necesidad de una especial protección*. Revista Estudios Socio- Jurídicos V. 12 No. 2 julio- diciembre 2010. Universidad del Rosario, Bogotá, 2010. p. 219-247.

<sup>14</sup> íbid

El sector agrícola es el principal ocupante de mano de obra no calificada seguido de la construcción, que cada vez atrae más por ofrecer las garantías legales al trabajador, existiendo escases de mano de obra, sumado al riesgo que asume el agricultor ante los accidentes laborales de los jornaleros que no cuentan con cobertura, asumiendo el pago de demandas laborales cuantiosas.

Es por ello, que de manera conjunta nuevos sectores de la producción agrícola (papa, café, cacao, palma, flores, arroz, tabaco, panela y hortalizas) aunaron esfuerzos con el fin de generar un estudio en diferentes países del mundo respecto del modelo laboral de contratación y generar una propuesta conjunta al gobierno nacional en el marco del postconflicto, escenario donde sin duda uno de los actores principales es la agricultura.

El estudio pretende contar con un estado de arte de la legislación laboral en Colombia y su aplicación, de manera comparativa principalmente con los países iberoamericanos y otros como Inglaterra con una novedosa legislación. Para ello a través de la sociedad de agricultores de Colombia se realizó la contratación de la Organización Iberoamericana para la Seguridad Social- OISS-, entidad que además de ahondar en los temas laborales incluyó el sistema de seguridad social muy precario en el sector agrícola.

En el caso colombiano es de resaltar que desde la reforma agraria introducida a partir de la Ley 135 de 1961, se evidencia la preocupación de generar empleos productivos como un mecanismo para mejorar la calidad de vida de la población campesina; de esta manera se otorgaba una preferencia por los trabajadores dependientes del campo en cuanto a la adjudicación de tierras y otras concesiones. Respecto de los trabajadores del sector rural, hay que precisar que los contratos de trabajo generalmente utilizados, son aquellos celebrados por duración de la obra o labor o para labores accidentales, ocasionales o transitorias.

Esta temporalidad u ocasionalidad característica de las relaciones laborales del sector rural, incide en la calidad de vida de este tipo de trabajadores afectados por la inestabilidad laboral y económica y, el nomadismo, además que frente a la poca duración de las relaciones laborales, acompañada de la baja remuneración, se genera como consecuencia que las sanciones en caso de incumplimientos legales o contractuales por parte del empleador, sean insignificantes y por ende, no susceptibles o atractivas de reclamar por la vía judicial<sup>15</sup>.

No se puede desconocer que la legislación laboral ha tratado de establecer algunas previsiones normativas especiales respecto de las actividades agrícolas; es así como a partir del Código Sustantivo del Trabajo se contemplaban obligaciones a cargo del empleador referidas a servicios médicos asistenciales, preventivas en lo relativo a riesgos laborales y relativas a educación (artículos 334 y ss del CST), las cuales, en su gran mayoría carecen de aplicación práctica en razón de la cobertura que ofrece el sistema integral de seguridad social, pero que finalmente permiten evidenciar que la propia ley ya vislumbraba la diferencia sustancial existente entre los trabajadores rurales y los urbanos.

La falta de normatividad específica y efectiva para el trabajo en el sector rural, se aprecia igualmente en las condiciones de remuneración que se pactan, pues derivada de la condición propia del trabajo estacionario, se encuentran las prácticas en cuanto a la periodicidad y monto de las sumas pagadas por el trabajo, las cuales generalmente se pactan como un jornal y se cancelan una vez se ejecuta la actividad encomendada, sin que dicho pago contemple explícitamente prestaciones sociales o permita el reconocimiento de los derechos laborales a los que hay lugar cuando se está frente a la ejecución de un contrato de trabajo urbano o industrial, teniendo en cuenta las condiciones de productividad en el campo.

---

<sup>15</sup> íbid

Aunque el pago por jornal está establecido en el artículo 133 del Código Sustantivo del Trabajo, no existe norma expresa que excluya esta forma de pago del reconocimiento de las prestaciones laborales urbanas, simplemente se establece como el salario estipulado por días diferenciándolo del sueldo como aquel que se establece por periodos mayores.

Por otro lado, y con el fin de garantizar el reconocimiento de los derechos laborales, resulta pertinente analizar la inclusión de esquemas que garanticen, dentro del nuevo régimen, la ejecución de los derechos de asociación y libertad sindical en los términos de los Convenio 98 de 89 de la OIT. La organización sindical agraria es aquella que, en forma continua, permanente, agrupa a trabajadores rurales en todas sus modalidades y tareas realizadas en las diversas zonas, y cuyos fines consisten en la defensa de sus intereses profesionales, el mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo, y los cambios estructurales necesarios para ello<sup>16</sup>.

La OIT en la Conferencia Internacional del Trabajo del año 1974, informe VI, relativa a las "Organizaciones de trabajadores rurales y su función en el desarrollo económico y social", describe las principales actividades de las organizaciones de trabajadores rurales, en especial en los países en vías de desarrollo: mejoramiento de las condiciones de trabajo, con inclusión de los niveles de remuneración; reforma agraria, redistribución de la tierra y modificación de los métodos de cultivo; educación y formación; participación en la planificación de la política oficial; y servicios sociales<sup>17</sup>. A ello se une el suministro de servicios para el mejoramiento de la situación de los trabajadores rurales,

---

<sup>16</sup> LUPARIA, Carlos. *Trabajo rural en la Argentina*. 5 Congreso Nacional de Estudios del Trabajo. ASET, 2001.

<sup>17</sup> OIT. C141 - Convenio sobre las organizaciones de trabajadores rurales, 1975 (núm. 141) Convenio sobre las organizaciones de trabajadores rurales y su función en el desarrollo económico y social (Entrada en vigor: 24 noviembre 1977)



incluidos los programas de educación y de formación profesional, el abastecimiento de bienes de consumo y de producción y las actividades de bienestar social.

En este sentido, el análisis profundo sobre cómo se aplican las normas laborales en el sector rural y la incidencia de las mismas sobre las condiciones de trabajo, es un elemento que resultará fundamental para la adopción de un régimen propio que atienda las necesidades específicas de este grupo de población, lo mismo que la revisión de la protección social para los trabajadores rurales, pues puede plantearse que el sistema hasta ahora no ha sido pensado para estos trabajadores, sin perjuicio de las obligaciones constitucionales al efecto.

Hablamos de régimen laboral propio pues antes que plantear un esquema normativo e institucional de excepción o especial, se parte de apreciar que las realidades, condiciones y alcances del sector productivo agropecuario no industrial, cuentan con dinámicas y prácticas propias, que deben encontrar cauce jurídico institucional para acercar la realidad con el derecho y hacer viable la realización de la justicia.

## **PRINCIPALES RESULTADOS:**

### **ESTADO DEL ARTE NORMATIVO COLOMBIANO FRENTE AL TRABAJO EN EL SECTOR RURAL**

En materia de derechos laborales de los trabajadores agrícolas, nuestro país ha incorporado a la legislación interna convenios con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) entre los que se encuentran:

- Convenio 11 relativo a los derechos de asociación y de coalición de los trabajadores agrícolas, 1923 – Ley 129 de 1931
- Convenio 12 sobre la indemnización por accidentes del trabajo, 1921 - Ley 129 de 1931

- Convenio 99 sobre los métodos para la fijación de salarios mínimos (agricultura), 1951 – Ley 18 de 2968.
- Convenio 101 sobre las vacaciones pagadas (agricultura), 1952 – Ley 21 de 1967.
- Convenio 129 sobre la inspección del trabajo (agricultura), 1969 – Ley 49 de 1975.
- Convenio 161 sobre los servicios de salud en el trabajo, 1985 - Ley 378 de 1997.
- Convenio 170 sobre los productos químicos, 1990 – Ley 55 de 1993
- Ley 731 de 2002
- Ley 731 de 2002

## ESTUDIO DE DERECHO COMPARADO

Con el fin de complementar y hacer más sólidas las propuestas realizadas, se realizó un estudio comparado de Argentina, Chile, México, Perú, Costa Rica, Ecuador e Inglaterra sobre el régimen laboral y las prestaciones en seguridad social en el sector rural, resaltando las principales conclusiones:

- ✓ Las legislaciones internas de los países analizados en su gran mayoría cuentan con disposiciones específicas para las diferentes modalidades de contratación en el campo.
- ✓ Expresamente detallan las características para ser considerado o no un trabajador del campo o trabajador agrario, precisando aquellas labores que a pesar de desarrollarse en el sector agrícola no se consideran dentro de dicha categoría.
- ✓ Igualmente, se es claro el esfuerzo por normativizar las relaciones de trabajo en el sector evidenciándose una preocupación especial respecto de las actividades de intermediación laboral, que, si bien no en todas las legislaciones se prohíben, si se encuentran limitadas y sujetas a registros
- ✓ Se establecen límites a la posibilidad de celebrar contrato de trabajo verbales refiriendo dicha posibilidad a los trabajos ocasionales. No obstante, se reconoce el carácter de relación laboral a la prestación de servicios personales de manera subordinada independientemente del nombre que le den las partes.
- ✓ Las diferenciaciones entre trabajadores agrícolas se dan principalmente por la duración del contrato y la forma de ejecutarlo.

A continuación, algunos países analizados con régimen propio para el sector agrícola:

- **CHILE:**

El Código del Trabajo D.F.L. Núm. 1. Santiago, 31 de julio de 2002, destina un capítulo dentro del Título II de contratos Especiales al Contrato de Trabajadores Agrícolas.

- **PERÚ:**

La Ley general del Trabajo del Perú contiene lineamientos para contratos intermitente y de temporada.

- **ARGENTINA:**

Existen normas que regulan las relaciones laborales de los trabajadores agrarios desde los años cuarenta del siglo XX cuando se expidió la Ley 28169 de 1944.

- **MÉXICO**

Se destina un capítulo especial para los trabajadores del campo en la Ley Federal del Trabajo de México cuya última Reforma fue del 12-06-2015.

- **COSTA RICA**

En el Código de Trabajo de Costa Rica (Ley No. 2 del 27 de agosto de 1943) se incluyen algunas disposiciones que establecen una diferenciación para los trabajadores rurales.

- **ECUADOR:**

El Código de Trabajo del Ecuador consagra disposiciones especiales para el (Codificación No. 2005017) trabajo agrícola

- **URUGUAY**

Uruguay y los restantes países del Mercosur poseen normas especiales que reglamentan el trabajo rural<sup>18</sup>. Todo trabajador rural tiene derecho a percibir una retribución mínima

---

<sup>18</sup> Para un estudio comparado sobre la legislación de estos países y Chile puede consultarse “El Trabajo rural” Equipo de la Regional Norte. Coord. Carlos Casalás, en El derecho laboral del Mercosur ampliado, AA.VV., F.C.U., Montevideo 2000 (2ª edición), p. 306 – 334.

de su trabajo que le asegure la satisfacción normal de sus necesidades físicas, intelectuales y morales.

En ese sentido, para el **caso colombiano** se presenta una propuesta para el sector agrícola que incluye los temas de régimen laboral como seguridad social, proponiendo otorgar la facultad a las partes en un contrato de trabajo rural de establecer el pago de un jornal integral que además de retribuir el trabajo diario ordinario, compense de antemano el valor de prestaciones, recargos y beneficios tales como el correspondiente al trabajo nocturno, extraordinario o al dominical y festivo, el de primas legales, extralegales, las cesantías y sus intereses, subsidios y suministros en especie; y, en general, las que se incluyan en dicha estipulación, excepto las vacaciones, consagrando expresamente que en ningún caso el jornal integral diario pueda ser inferior al monto de un salario mínimo diario legal vigente más el factor prestacional correspondiente a la unidad productiva agropecuaria, equivalente al treinta por ciento de aquel.

Siendo los pilares de la propuesta los siguientes:

1. **Régimen propio:** Establecer y regular un régimen propio de las relaciones laborales establecidas o que se establezcan entre los trabajadores agropecuarios que prestan sus servicios personales, en forma subordinada y a cambio de remuneración.
2. **Exclusiones:** Se excluye de la propuesta a los siguientes trabajadores a quienes en todo caso se les aplicará la normatividad laboral general:
  - a) A trabajadores cuya labor o servicio esté dedicado exclusiva o principalmente al desarrollo de actividades comerciales, turísticas, de transporte u otros servicios distintos de las labores relacionadas con la producción agropecuaria.
  - b) A los trabajadores que fueren contratados para realizar tareas ajenas a la actividad agropecuaria;
  - c) Al trabajador del servicio doméstico;

d) A trabajadores dedicados exclusivamente a actividades de gestión administrativa tales como administradores, contadores, asistentes, secretarios y otros empleados semejantes.

### 3. Elementos del contrato:

a) *Contrato de trabajo agropecuario*: es aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar sus servicios personales en actividades agrícolas, forestales, pecuarias, pesqueras, o acuícolas, a otra persona, natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación y mediante remuneración.

b) *Trabajador agropecuario dependiente*: individuo que en forma personal y bajo dependencia o subordinación desarrolla a favor de una persona natural o jurídica, actividades agrícolas, forestales, pecuarias, pesqueras, o acuícolas, a cambio de una remuneración.

c) *Empleador agropecuario*: Persona natural o jurídica que contrata personas naturales para el desarrollo de actividades agrícolas, forestales, pecuarias, pesqueras, o acuícolas, de manera subordinada y a cambio de una remuneración.

d) *Contratistas independientes o por cuenta propia agropecuarios*: Persona Natural que en forma independiente, con sus propios medios, con libertad y autonomía técnica, financiera y directiva, desarrolla a favor de una persona natural o jurídica la ejecución de una o varias obras, o la prestación de servicios agrícolas, forestales, pecuarios, pesqueros, o acuícolas, sin que medie relación de subordinación.

**4. Modalidades especiales del contrato de trabajo agropecuario**- El contrato de trabajo agropecuario, podrá celebrarse por tiempo determinado, por el tiempo que dure la realización de una obra o labor o por tiempo indefinido. También puede adoptar las

siguientes modalidades especiales, las cuales pueden ser pactadas en forma verbal o escrita y no se exige alguna formalidad particular para su celebración:

**Contrato de trabajo intermitente** aplica para cubrir las necesidades del empleador agropecuario que por su naturaleza son permanentes pero discontinuas.

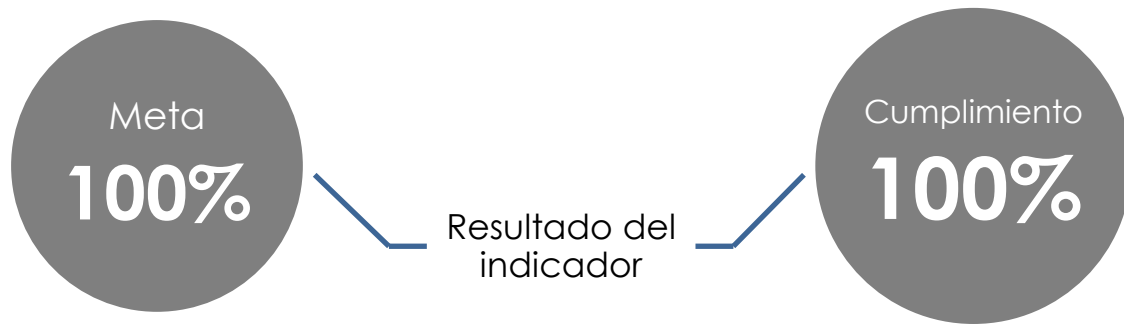
**Contrato de trabajo de temporada** es el celebrado con el objeto de atender necesidades propias del giro ordinario del empleador agropecuario, que se cumplen sólo en determinadas épocas del año y que están sujetas a repetición en períodos cíclicos en función a la naturaleza de la actividad productiva. En este contrato, las partes deberán acordar como mínimo: a) la duración de la temporada; b) la remuneración; c) las labores del trabajador y d) duración del contrato de trabajo.

**5. Jornal integral diario mínimo.** - Las partes en un contrato de trabajo agropecuario pueden establecer el pago de un jornal integral diario mínimo, que además de retribuir el trabajo diario ordinario, compense de antemano el valor de las prestaciones y beneficios tales como el correspondiente al de primas legales, extralegales, las cesantías, intereses a las cesantías, auxilios y subsidios, excepto las vacaciones. En ningún caso el jornal integral diario podrá ser inferior al monto de un (1) salario mínimo diario legal vigente más el factor prestacional correspondiente al empleador agropecuario, que equivale al treinta por ciento (30%) de aquel.

**6. Seguridad Social-** Las cotizaciones al sistema de seguridad social se realizarán sobre el salario efectivamente pagado y en caso de coexistencia de contratos de trabajo agropecuarios, se realizarán de manera directa e independiente por cada empleador en proporción al tiempo efectivamente laborado y a la remuneración percibida por el trabajador.



## Nivel de cumplimiento:



## MARCO LÓGICO

No	OBJETIVO	ACCIONES	METAS	INDICADORES	CUMPLIMIENTO 2016 (%)	FTE. DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS BÁSICOS
1	Realizar un estudio de formalización laboral para el sector agrícola colombiano.	Realizar una comparación de la legislación laboral en el sector agropecuario colombiano frente al marco normativo de otros países.	1 (un) estudio de formalización laboral para el sector agrícola colombiano.	[ Informes Generados / Informes a Entregar]	100%	Estudio sobre "Estado del arte normativo colombiano frente al trabajo en el sector rural" y "Estudio de derecho comparado".	Información disponible

## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ITEM	PPTO 2016	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	10.000.000	10.000.000	100,00%
Honorarios	10.000.000	10.000.000	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>10.000.000</b>	<b>10.000.000</b>	<b>100,00%</b>

## **PROYECTO: ESTUDIOS SOBRE POLÍTICA COMERCIAL E INTERNACIONAL DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS**

### **OBJETIVO PRINCIPAL**

Realizar un análisis comparativo del grado de protección de los productos agrícolas colombianos en el contexto internacional, entre ellos la papa, con el fin de determinar si la protección que recibe la producción nacional es adecuada.

El estudio adelantado por el Fondo Nacional de la Papa (FNFP), la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC), y dirigido por José Antonio Ocampo, en aras de contar con una herramienta de evaluación de las condiciones comerciales que enfrenta Colombia, determinó el nivel de proteccionismo y las restricciones al comercio exterior de los socios comerciales de Colombia con los cuales el país tiene tratados de libre comercio (TLC) vigentes, estableciendo las políticas sectoriales más pertinentes para mejorar la productividad y sostenibilidad del campo colombiano.

Previo a este estudio, estaban los documentos de referencia de la OCDE, que en gran medida lograban sobreestimar los apoyos a la producción que se reciben en el país, de ahí que esta investigación determinó claramente cuáles son las condiciones de producción y apoyos a los productores que son inferiores en Colombia en comparación a los que reciben los productores de países socios de Tratados de Libre Comercio.

En este documento se hacen recomendaciones de políticas disímiles a las convencionales, pues contrario a lo pensado los ajustes a la estructura arancelaria por déficit en la producción son totalmente ineficientes en la medida en que los gravámenes establecidos en los acuerdos dan igualmente un amplio acceso a los productores externos, que en su mayoría utilizan grados de protección muy diferentes a las barreras arancelarias.

Finalmente, El sub sector de la papa se benefició en la medida que se establecieron los niveles de protección de los productos agropecuarios en comparación con otros países, generando así un punto de referencia con el mundo, que en este caso no se tenía.

**Sectores agrícolas participantes:** papa, caña, arroz, palma, cereales y leguminosas y panela.

**Acuerdos revisados:** USA, Canadá, Corea del Sur, UE, Japón, Suiza, Alianza Pacífico, Mercosur, Costa Rica, CAN.

## PRINCIPALES RESULTADOS

### Marco general

La política comercial agropecuaria colombiana puede dividirse en tres etapas a partir de la década de los años 90, en las cuales el país ha avanzado en un proceso de exposición a los mercados internacionales de su aparato productivo agropecuario.

La primera de ellas corresponde a la transición del control de las importaciones vigente en la década de los años 80 y anteriores, correspondiente al modelo Cepalino<sup>19</sup> en el cual el Estado permitía solamente las importaciones necesarias para cubrir los déficit de abastecimiento e intervenía directamente en la comercialización de las cosechas, además de proveer las políticas internas necesarias para estimular la producción.

### “APERTURA ECONÓMICA”

A partir de los años 90 se da paso a la denominada “Apertura Económica”, mediante la cual se eliminaron los regímenes de importación de licencia previa mediante “Contrato

---

<sup>19</sup> /Comisión Económica para América Latina, CEPAL. Modelo de Desarrollo de Sustitución de Importaciones.

de Importación con Terceros<sup>20</sup> y se consolidaron los aranceles máximos aplicables ante la Organización Mundial del Comercio, OMC, aunque dichos techos no tuvieron aplicación en dicha década.

Así mismo, en el marco de OMC se consolidó la aplicación para Colombia de la Salvaguardia Especial Agropecuaria, SEA, la cual, a la postre, resultó inaplicable para el país por cuanto este instrumento de carácter automático en su aplicación solo opera ante la insuficiencia arancelaria y en la medida que la Consolidación arancelaria de Colombia era amplia y suficiente el activador de la misma resulta inoperable ante la potestad de Colombia de aplicar aranceles hasta el consolidado permitido.

Se implantó la política comercial agropecuaria vigente, en parte, hasta el presente, la cual se consolidó esencialmente a través de dos instrumentos de política:

- El primer instrumento de política comercial instaurado fue la Franja de Precios (1.991/1.994), que luego pasó a implementarse a nivel regional andino a partir de la decisión 371 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena<sup>21</sup>, que creó el Sistema Andino de Franjas de Precios, SAFF, sistema de estabilización del costo de importación para corregir la alta volatilidad de los precios internacionales, a fin de generar estabilidad en los ingresos de los productores. El instrumento se basa en la fluctuación de los precios internacionales y contempla un componente de protección a la producción o arancel fijo y un componente de estabilización o arancel variable.

---

<sup>20</sup> / Contrato de Importación entre el Instituto de Mercadeo Agropecuario, IDEMA, con los terceros importadores mediante el cual se eliminaba puntualmente el requisito de licencia previa para que los importadores pudieran abastecerse de materias primas en casos de faltante. No eliminaba el pago de aranceles y normalmente se hacía condicionando las importaciones a la adquisición de cosechas nacionales, Esencialmente se utilizó en trigo, sorgo, maíz, cebada y soya.

<sup>21</sup> / Hoy Comunidad Andina de Naciones, CAN.

Cabe aclarar que el SAFP o franjas de precios generan, en virtud de su operación, aranceles que llegan a 0% en los casos de períodos de precios altos en el mercado internacional, o elevan los aranceles en los momentos de precios bajos (máximo hasta el techo consolidado ante la OMC para terceros).

Cobertura: El sistema cubrió, en principio, 13<sup>22</sup> productos marcadores y 145<sup>23</sup> productos vinculados derivados de estos 13 marcadores, considerados altamente sensibles a las importaciones.

- El segundo instrumento que configura la política comercial agropecuaria son los llamados Fondos de Estabilización de Precios, FEP, que consiste en crear una cuenta de compensación mediante la cual los beneficiarios de mejores precios por venta de sus productos en el mercado interno, hacen sesiones a los productores que colocan parte de su producción o toda ella en los mercados externos a menor precio, logrando con ello un mercado de indiferencia con el cual se elimina el sesgo "anti-exportador" para los bienes del sector agropecuario ante las mejores condiciones de precio de los mercados locales para algunos productos.

Cobertura: Aunque este instrumento de política es optativo para aquellos sectores que lo quieran implementar, en la actualidad aplica fundamentalmente a 5 productos, Azúcar, Aceites y grasas vegetales, Carne de res, Cacao y Algodón

---

<sup>22</sup> / Aceite Crudo de Soya, Aceite Crudo de Palma, Arroz, Azúcar Crudo, Azúcar Blanco, Carne de Cerdo, Cebada, Frijol Soya, Leche en Polvo, Maíz Blanco, Maíz Amarillo, Trigo y Trozos de Pollo

<sup>23</sup> / De acuerdo con la nomenclatura NANDINA de 1994



Los impactos iniciales de estas primeras medidas de ajuste significaron un incremento sustancial de las importaciones de materias primas, principalmente de trigo, maíz y fríjol soya y la pérdida de cerca de 1 millón de hectáreas de cultivos transitorios.

En este período se consolida la zona de libre comercio más profunda en la que participa Colombia como es la Comunidad Andina de Naciones, cuya liberalización arancelaria total para todos los bienes se consolida plenamente en el año 2004.

Contemporáneo con la implementación de estos instrumentos de política el país concretó las dos primeras negociaciones de Zonas de Libre Comercio con países de la ALADI, como fueron el Acuerdo de Complementación Económica, ACE 024 entre Colombia y Chile y el Acuerdo del Grupo de los 3 entre México, Colombia y Venezuela. En estos acuerdos los principales productos cobijados con los instrumentos de política antes señalados fueron excluidos de los programas de desgravación arancelaria, o se hicieron concesiones sólo en el componente de protección o arancel fijo del sistema de estabilización de precios, SAFF, dando a estos socios un tratamiento preferencial.

Igualmente, en 1996 inició el proceso de negociación comercial comunitario CAN con el bloque del MERCOSUR, negociación que sólo culminaría en el año 2004.

Xii La negociación de Acuerdos Bilaterales o Plurilaterales de Libre Comercio 2000/2010.

Al inicio de la Década del 2000, e influenciado por el fracaso de las negociaciones del ALCA<sup>24</sup> y la orientación comercial que a partir de dicho fracaso implemento en su política exterior Estados Unidos, Colombia se dio a la tarea de intentar profundizar su relacionamiento comercial con diversos países y bloques comerciales, para lo cual

---

<sup>24</sup> /Acuerdo de Libre Comercio de la Américas, promovido por los Estados Unidos para convertir a América en una gran Zona de Libre Comercio desde la Patagonia hasta Alaska.

emprendió una serie de negociaciones con países de interés, entre las que se destacan los Tratados de Libre Comercio con Estados Unidos, La Unión Europea, Canadá y el Acuerdo de Complementación Económica con el MERCOSUR, cuyas negociaciones culminaron en dicha década, pero cuya puesta en vigor fue posterior, siendo la negociación Can Mercosur la única que entró en vigencia en el año 2004.

En este período y por decisiones de política pública y ante la necesidad de proteger particularmente a algunos subsectores productivos muy vulnerables a las importaciones por su alto impacto social se determinó, entre el 2004 y el 2010 suspender la aplicación del SAFP para tres productos marcadores y sus derivados, Arroz, Maíz Blanco y Leche en Polvo a los cuales se les asignaron aranceles específicos ad-valorem, como se verá específicamente en los apartes de este capítulo dedicados al análisis de la política comercial y arancelaria producto a producto.

Adicionalmente se decide acotar la aplicabilidad del SAFP en las franjas de aceites y grasas vegetales a un máximo de 40% reduciendo significativamente el efecto de estabilización del mecanismo para las franjas de Aceite crudo de palma y Aceite Crudo de Soya, con lo cual se afecta aún más la integralidad del sistema.

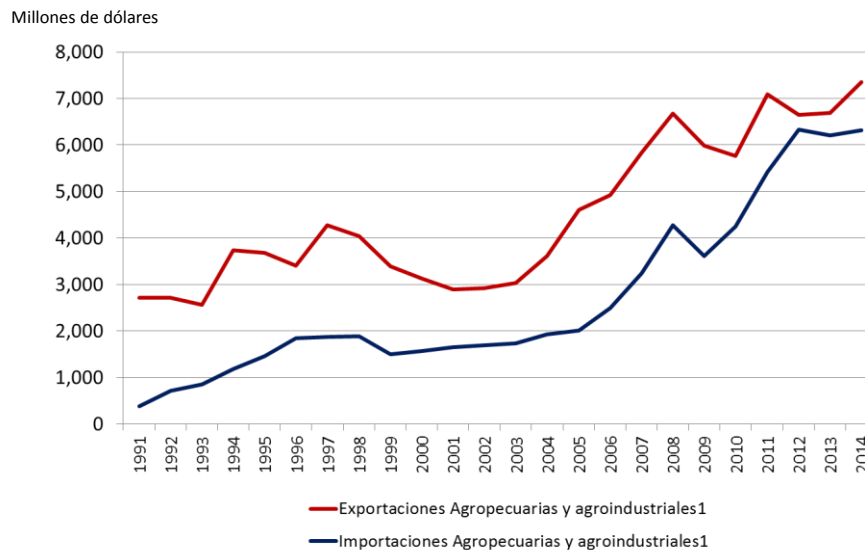
Adicionalmente, los diferentes procesos de desgravación pactados (Chile y México) continuaron sus programas de desgravación ampliando los flujos de importación hacia Colombia, pero sin mayor crecimiento en la dinámica de exportaciones, prácticamente sustentadas en las ventas externas de café, banano, flores, azúcar y aceites de palma.

Situación similar se presentó con respecto la Comunidad Andina de Naciones, con el agravante del retiro de la CAN de Venezuela y su posterior debilitamiento económico, lo cual causó un fuerte impacto a las exportaciones colombianas de bienes agropecuarios, en particular de carne de bovino, leche, quesos y, eventualmente, azúcar y otros productos colombianos de los cuales Venezuela era importante

comprador. Con lo que se deterioró aún más la balanza comercial agropecuaria colombiana, como se observa a continuación.

En la gráfica siguiente se reseñan detalladamente los valores que sustentan la balanza comercial.

## EXPORTACIONES E IMPORTACIONES AGROPECUARIAS, 1991 - 2014



Fuente: SAC con base en DAN

E y DNP. Departamento de estudios Agroeconómicos

## LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS ACUERDOS 2010/2015

En este período se inicia la implementación de los diferentes acuerdos comerciales negociados en la década anterior, con el correspondiente y lesivo impacto sobre la balanza comercial agropecuaria colombiana la cual alcanza un déficit nunca visto durante 2015, luego de venir de una balanza comercial positiva registrada desde buena

parte de los años 80, incluso inicios de los 90, lo que evidencia, como lo demuestra la gráfica, que la liberalización de la agricultura solo ha beneficiado a los socios comerciales de Colombia sin ningún aporte a la economía del país en la medida que las exportaciones se mantienen con ligeras oscilaciones.

A pesar de lo anterior, se continúa deteriorando la política comercial colombiana en materia agropecuaria con tres decisiones que estimulan aún más las importaciones como la reforma arancelaria del 2010, que reduce en 5 puntos la estructura arancelaria agropecuaria frente a terceros países y con respecto a algunos socios comerciales en bienes no sensibles y en bienes sensibles ajusta a la baja en 5 puntos porcentuales el arancel básico del azúcar, bien sensible.

Posteriormente, se acotó el arancel del azúcar a un máximo de 70% con el fin de que el precio del producto cayera de niveles arancelarios superiores, sin tener en cuenta del sistema de estabilización de precios estaba corrigiendo la caída de los precios internacionales del producto y que el peso de este insumo dentro los costos de producción de los derivados no supera en el mejor de los casos el 10%, como se especificará en el análisis comercial de este producto.

Por último y bajo el argumento de circunstancias de coyuntura como el incremento temporal de IPC, el gobierno decidió recientemente y de manera temporal eliminar la aplicación del SAFP para las franjas de Aceite Crudo de Palma y Aceite Crudo de Soya, sin considerar que el peso de estos productos en la canasta básica es del 1% y sin considerar que su efecto sobre el consumidor sería mínimo pero estimulando las importaciones de la industria, con un costo aproximado de 220 mil millones para los productores nacionales de aceite de palma. Complementario a la medida también se llevó a cero el arancel del ajo y la cebolla, productos con casi ninguna incidencia en la canasta familiar.

## LOS ARANCELES APLICADOS

Durante los últimos 6 años se ha venido planteando en Colombia que los aranceles para la agricultura son elevados, con base en juicios de valor o la observación de los aranceles nominales a terceros, los cuales en la realidad no han sido aplicados y, en particular, los aranceles a los productos agrícolas colombianos han sido muy inferiores en la gran mayoría de productos sensibles.

En efecto, cuando se analizan los aranceles efectivamente aplicados a las importaciones de los productos agropecuarios, con base en los recaudos efectivos de la DIAN sobre las importaciones se puede decir que en Colombia solo tres productos cuentan hoy con una protección mediana, la cual no se aplica a socios comerciales como Estados Unidos y está en gradual reducción con países como Canadá o La Unión Europea, como corroboramos en el análisis producto a producto que sigue a continuación del presente título.

ARANCELES EFECTIVAMENTE APLICADOS A LOS PRODUCTOS SENSIBLES DE LA AGRICULTURA COLOMBIANA											
AÑO	LECHE	ARROZ	PAPA			MAIZ AMARILLO	MAIZ BLANCO	CUARTOS TRASEROS DE POLLO	CARNE DE CERDO	AZÚCAR BLANCO	AZÚCAR CRUDO
			Papa Fresca	Precocida Congelada	Precocida sin Congelar						
2006	50	80%	4%	18,8%	20%	6,1%	27,3%	209%	11,8%	0,0%	0%
2007	33	80%	1,3%	18,4%	12,7%	2,1%	17,9%	68%	19,2%	11,3%	2%
2008	45,6	80%		17,8%	13,7%	1,5%	16,7%	59%	18,2%	7,1%	0%
2009	10,6	80%		17,0%	19,3%	4,7%	8,3%	111%	19,2%	1,1%	
2010	98	80%	15,0%	17,4%	19,4%	4,0%	24,0%	119%	15,0%	7,0%	
2011	1,5	80%	15,0%	16,9%	13,9%	1,3%	12,0%	91%	7,5%	2,0%	
2012	19,8	80%	11,9%	13,5%	8,7%	1,5%	0,0%	76%	15,4%	7,1%	
2013	0,4	80%	11,3%	9,0%	1,9%	2,7%	0,0%	87%	9,6%	11,0%	
2014	0,2	80%	15,0%	9,7%	0,9%	6,2%	2,0%	84%	4,1%	9,2%	3%
2015		80%	15,0%	9,7%	1,1%	7,6%	3,8%	67%		13,0%	9%
2016		80%						158%			

Fuente: SAC con base en Recaudos Aduaneros DIAN

El cuadro sobre aranceles efectivamente aplicados nos muestra solo dos casos en que los aranceles aplicados a las importaciones se pueden considerar elevados en comparación con el resto, como el caso de los cuartos traseros de pollo y el arroz.

Aún en casos de la leche, cuyo arancel nominal es de 98%, la evidencia aduanera nos muestra que los aranceles aplicados son muy inferiores a consecuencia de los avances de los programas de liberación con los socios comerciales.

Es evidente que situaciones como la del azúcar en 2015, cuyo arancel de franjas de precios se elevó hasta 117%, no implicó su aplicación estricta en la medida que las concesiones dadas a los socios comerciales permitieron el ingreso de las importaciones a un arancel total aplicado de 13%, con lo cual las aseveraciones de aranceles elevados quedan categóricamente desvirtuadas.

Resulta tan reducido el arancel efectivamente aplicado en algunos productos en algunos productos como el maíz, la carne de cerdo o la papa, que difícilmente se puede decir que estos productos gozan de una protección significativa.

Adicionalmente, como se explica en la tipificación de cada producto, la protección en arroz tiene dos componentes fundamentales uno social y otro económico, en la medida que en las regiones arroceras el cambio de actividad o transición de cultivos transitorios es en muchos casos inviable y en el tema social se debe tener en cuenta que el arroz ha asumido en las últimas décadas la rentabilidad de los cultivos semestrales ante la pérdida de rentabilidad de maíz y soya por efecto de la fuerte competencia internacional.

En el caso del pollo, puede decirse que este es el único producto que cuenta con una protección arancelaria alta en particular para los cuartos traseros en la medida que la franja de precios está construida con base en el valor del pollo entero, pero el arancel se forma de la comparación con los trozos de pollo agregando un componente de protección adicional a este producto que lo protege totalmente de la competencia



aún con países que no tienen distorsiones en los patrones de consumo como se presenta en Estados Unidos<sup>25</sup>.

## COMERCIO MUNDIAL DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS CON RESPECTO A LA PRODUCCION MUNDIAL 2010-2014.

PRODUCTO, O, GRUPO DE PRODUCTOS	PARTICIPACIÓN % DEL COMERCIO MUNDIAL CON RESPECTO A LA PRODUCCIÓN MUNDIAL
MAIZ	13
SEMILLAS OLEAGINOSAS	31
LECHE	11
POLLO	15
ARROZ	9
<b>PAPA</b>	<b>5</b>
AZUCAR	33
CARNE DE CERDO	10

**Fuente:** FAO, Estudio sobre "política comercial agropecuaria colombiana en el contexto internacional"

A partir de los años 90 se da paso a la denominada "Apertura Económica", mediante la cual se eliminaron los regímenes de importación de licencia previa mediante "Contrato de Importación con Terceros" y se consolidaron los aranceles máximos aplicables ante la Organización Mundial del Comercio, OMC, aunque dichos techos no tuvieron aplicación en dicha década.

Así mismo, en el marco de OMC se consolidó la aplicación para Colombia de la Salvaguardia Especial Agropecuaria, SEA, la cual, a la postre, resultó inaplicable para el país por cuanto este instrumento de carácter automático en su aplicación solo opera

<sup>25</sup> / El patrón de consumo de pollo en estados unidos trata como desecho las partes oscuras del pollo como los cuartos traseros confiriéndoles un valor mínimo, mientras que el gran valor del producto se genera en la pechuga y las alas, por lo que ese país exporta los cuartos traseros del pollo a precios irrisorios generando grandes distorsiones en el mercado, caso que sólo se presenta en ese país, mientras que el resto del mundo consume indistintamente todas las partes del pollo.

ante la insuficiencia arancelaria y en la medida que la Consolidación arancelaria de Colombia era amplia y suficiente el activador de la misma resulta inoperable ante la potestad de Colombia de aplicar aranceles hasta el consolidado permitido.

Se implantó la política comercial agropecuaria vigente, en parte, hasta el presente, la cual se consolidó esencialmente a través de dos instrumentos de política:

El primer instrumento de política comercial instaurado fue la Franja de Precios (1.991/1.994), que luego pasó a implementarse a nivel regional andino a partir de la decisión 371 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, que creó el Sistema Andino de Franjas de Precios, SAFP, sistema de estabilización del costo de importación para corregir la alta volatilidad de los precios internacionales, a fin de generar estabilidad en los ingresos de los productores. El instrumento se basa en la fluctuación de los precios internacionales y contempla un componente de protección a la producción o arancel fijo y un componente de estabilización o arancel variable.

Cabe aclarar que el SAFP o franjas de precios generan, en virtud de su operación, aranceles que llegan a 0% en los casos de períodos de precios altos en el mercado internacional, o elevan los aranceles en los momentos de precios bajos (máximo hasta el techo consolidado ante la OMC para terceros).

Cobertura: El sistema cubrió, en principio, 13 productos marcadores y 145 productos vinculados derivados de estos 13 marcadores, considerados altamente sensibles a las importaciones.

El segundo instrumento que configura la política comercial agropecuaria son los llamados Fondos de Estabilización de Precios, FEP, que consiste en crear una cuenta de compensación mediante la cual los beneficiarios de mejores precios por venta de sus productos en el mercado interno, hacen sesiones a los productores que colocan parte de su producción o toda ella en los mercados externos a menor precio, logrando con ello

un mercado de indiferencia con el cual se elimina el sesgo “anti-exportador” para los bienes del sector agropecuario ante las mejores condiciones de precio de los mercados locales para algunos productos.

Cobertura: Aunque este instrumento de política es optativo para aquellos sectores que lo quieran implementar, en la actualidad aplica fundamentalmente a 5 productos, Azúcar, Aceites y grasas vegetales, Carne de res, Cacao y Algodón

Los impactos iniciales de estas primeras medidas de ajuste significaron un incremento sustancial de las importaciones de materias primas, principalmente de trigo, maíz y frijol soya y la pérdida de cerca de 1 millón de hectáreas de cultivos transitorios.

En este período se consolida la zona de libre comercio más profunda en la que participa Colombia como es la Comunidad Andina de Naciones, cuya liberalización arancelaria total para todos los bienes se consolida plenamente en el año 2004.

Contemporáneo con la implementación de estos instrumentos de política el país concretó las dos primeras negociaciones de Zonas de Libre Comercio con países de la ALADI, como fueron el Acuerdo de Complementación Económica, ACE 024 entre Colombia y Chile y el Acuerdo del Grupo de los 3 entre México, Colombia y Venezuela. En estos acuerdos los principales productos cobijados con los instrumentos de política antes señalados fueron excluidos de los programas de desgravación arancelaria, o se hicieron concesiones sólo en el componente de protección o arancel fijo del sistema de estabilización de precios, SAFP, dando a estos socios un tratamiento preferencial.

Igualmente, en 1996 inició el proceso de negociación comercial comunitario CAN con el bloque del MERCOSUR, negociación que sólo culminaría en el año 2004.

Al inicio de la Década del 2000, e influenciado por el fracaso de las negociaciones del ALCA y la orientación comercial que a partir de dicho fracaso implemento en su política exterior Estados Unidos, Colombia se dio a la tarea de intentar profundizar su

relacionamiento comercial con diversos países y bloques comerciales, para lo cual emprendió una serie de negociaciones con países de interés, entre las que se destacan los Tratados de Libre Comercio con Estados Unidos, La Unión Europea, Canadá y el Acuerdo de Complementación Económica con el MERCOSUR, cuyas negociaciones culminaron en dicha década, pero cuya puesta en vigor fue posterior, siendo la negociación Can Mercosur la única que entró en vigencia en el año 2004.

En este período y por decisiones de política pública y ante la necesidad de proteger particularmente a algunos subsectores productivos muy vulnerables a las importaciones por su alto impacto social se determinó, entre el 2004 y el 2010 suspender la aplicación del SAFP para tres productos marcadores y sus derivados, Arroz, Maíz Blanco y Leche en Polvo a los cuales se les asignaron aranceles específicos ad-valorem, como se verá específicamente en los apartes de este capítulo dedicados al análisis de la política comercial y arancelaria producto a producto.

Adicionalmente se decide acotar la aplicabilidad del SAFP en las franjas de aceites y grasas vegetales a un máximo de 40% reduciendo significativamente el efecto de estabilización del mecanismo para las franjas de Aceite crudo de palma y Aceite Crudo de Soya, con lo cual se afecta aún más la integralidad del sistema.

Adicionalmente, los diferentes procesos de desgravación pactados (Chile y México) continuaron sus programas de desgravación ampliando los flujos de importación hacia Colombia, pero sin mayor crecimiento en la dinámica de exportaciones, prácticamente sustentadas en las ventas externas de café, banano, flores, azúcar y aceites de palma.

Situación similar se presentó con respecto la Comunidad Andina de Naciones, con el agravante del retiro de la CAN de Venezuela y su posterior debilitamiento económico, lo cual causó un fuerte impacto a las exportaciones colombianas de bienes agropecuarios, en particular de carne de bovino, leche, quesos y, eventualmente, azúcar y otros productos colombianos de los cuales Venezuela era importante

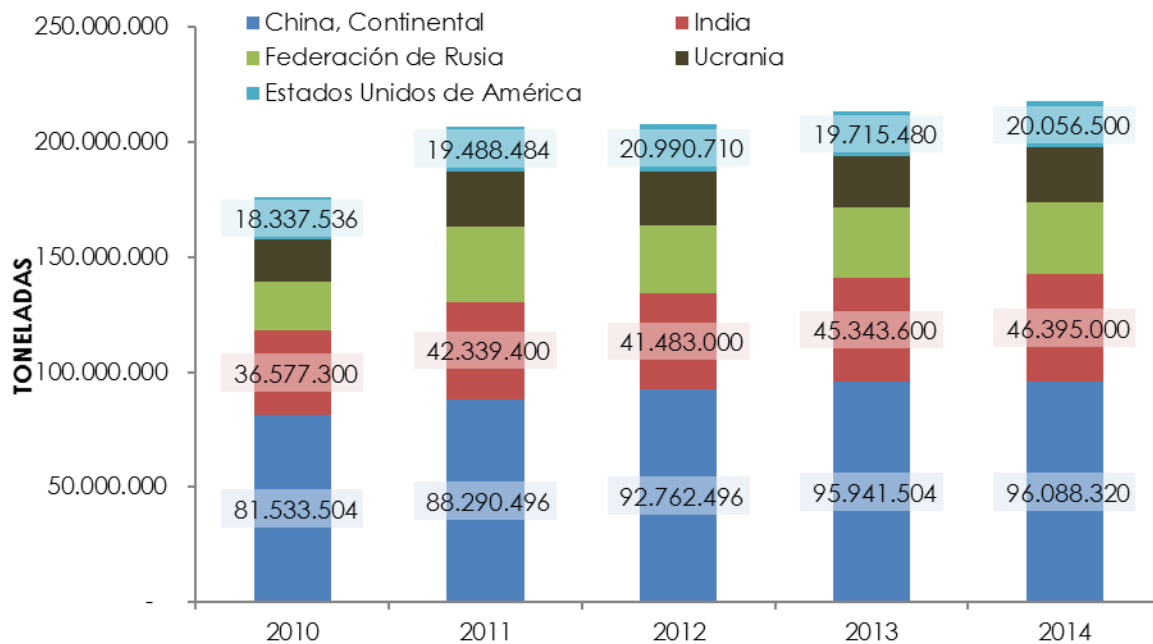
comprador. Con lo que se deterioró aún más la balanza comercial agropecuaria colombiana.

La producción de papa en el país está dedicada en un 95% al abastecimiento interno y en algunos años se exportaba no más del 5% en especial a Venezuela, este mercado se caracteriza por ser de autoabastecimiento y en términos generales por ser una economía cerrada.

El mercado de la papa el 56% de la producción mundial se concentra en sólo 5 países y 6 países exportan el 73% de lo que se comercia en el mundo. Para comprender la magnitud de este mercado, se debe señalar que, del total mundial de producción, que asciende a cerca de 375 millones de toneladas, sólo se transan 18 millones en el mercado internacional, que representan sólo el 5%. Entre los países que exportan volúmenes importantes están Países Bajos, el bloque de Francia, Bélgica, Alemania y USA-Canadá.

Una de las características del mercado internacional de papa es su bajo volúmen de transacción internacional, en el que los mercados locales son los que determinan las condiciones de venta y los precios. A su vez, uno de los cambios en hábitos de alimentación o patrón consumo es el cambio de papa fresca por procesada, aunque en países con altos índices de pobreza como Colombia los estratos de menores ingresos prefieren la papa fresca sin procesar para ser pelada y cocinada en el hogar.

## PRODUCCION DE PAPA A NIVEL MUNDIAL POR PAIS 2010-2014



Fuente: FAO, Estudio sobre "política comercial agropecuaria colombiana en el contexto internacional"

En el país se producen 2,8 millones de toneladas, presentando una estacionalidad, en particular en el primer semestre del año hay una menor oferta (consecuencia de las heladas de fin de año e inicios del siguiente), el rendimiento promedio en el país está entre 15 y 18 toneladas por hectárea y se siembran más de 150.000 has.

El consumo de papa en el país se hace en papa en fresco, tan sólo el 7% es industrial (papa procesada), y el 70% de la papa en fresco se hace en los estratos 1, 2 y 3. Este hábito de consumo ha sido un mecanismo indirecto de protección frente a las distorsiones del mercado mundial de papa porque el comercio de papa se hace en papas procesadas (cocida, pre cocida, conservadas, congeladas), pero puede haber una sustitución en los patrones de consumo tal y como ha sucedido en particular en los estratos altos.



En el mundo el 56% de la producción lo aportan 5 países y del total producido tan sólo se exporta el 5%, lo que determina una producción esencialmente destinada a abastecer mercados locales; las exportaciones mundiales de papa están por encima de las 18 millones de toneladas, los países exportadores son Países Bajos, Francia, Bélgica, Alemania, Canadá, USA y entre ellos suman el 73% del total exportado.

Cuando se analiza el estado de la liberación con respecto a los grandes proveedores internacionales, se ve que el país está prácticamente liberado con el mundo exportador de papa en la medida que los grandes exportadores están representados en los Países Bajos, Unión Europea, Alemania, Estados Unidos y Canadá y con todos ellos el arancel aplicable por parte de Colombia es de 0%.

La papa en Colombia ha sido considerada como un bien no sensible dentro de la política comercial, de los diferentes programas de desgravación debe señalarse el privilegio o la ventaja arancelaria que se concedió por parte del país a la importación de papa procesada, en la cual los diferentes acuerdos, en especial los de Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea, eran ampliamente favorables a los socios comerciales y no propiamente a Colombia.

En casos como el de estados Unidos la desgravación arancelaria se hizo de manera inmediata, mientras que con respecto a Canadá se dio mayor gradualidad por el potencial exportador de ese país. Sin embargo, con Canadá se privilegió el acceso de papa procesada que es el fuerte de ese país y en donde tiene posibilidades de desplazar a la producción nacional.

Con la Unión Europea, en cambio, se guarda cierta coherencia con las condiciones de la producción local en cuanto al tratamiento arancelario, pues se libera más aceleradamente la papa en fresco, menos sensible, y se da una mayor gradualidad a la papa procesada que representa el fuerte exportador de los europeos.

Es importante destacar que en el caso de la papa los flujos comerciales no han sido significativos, a pesar de la exposición al mercado en un producto está ya prácticamente liberado, como se corrobora al ver los aranceles efectivamente aplicados con los principales exportadores mundiales en capacidad de proveer a Colombia.

Aunque es claro que las importaciones de papa procesada no han sido de gran magnitud, si han sido crecientes, como se puede corroborar en los anexos de tipificación por producto que hacen parte del presente estudio.

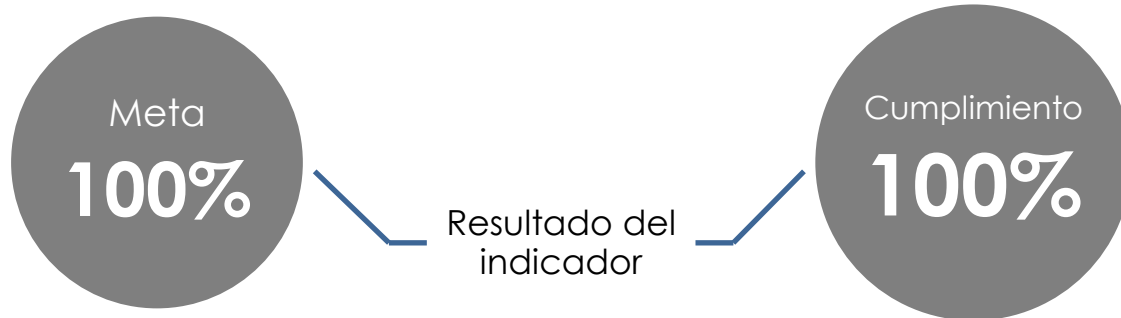
En cuanto a papa fresca, las corrientes comerciales hacia Colombia no son significativas en la medida que el valor del producto en fresco privilegia el consumo de papa producida localmente y mientras las condiciones de ingreso de la población no cambien sustancialmente la demanda por papa procesada de mayor valor podrá ser creciente, pero en cantidades limitadas.

Es importante señalar que de acuerdo con la investigación realizada en el caso de la papa la liberación es clara, las potencialidades de desarrollo se centran en productos elaborados y con alto valor a base de papa, particularmente chips los cuales cuentan en la actualidad con posibilidades que podrían calificarse como casi ilimitadas en los mercados externos, sobre lo cual existen algunos análisis comerciales hacia el exterior elaborados a nivel local, que se detallan en el anexo específico sobre papa.

En este producto y sus derivados, es evidente que al no contar con protección arancelaria se recomiendan dos acciones de política pública que les permitan a los productores contar con condiciones productivas equitativas: la primera es que puedan contar con algún mecanismo que minimice el efecto de las fluctuaciones cambiarias como el Mecanismo de Estabilización Cambiaria, MECA, que se sugiere en este trabajo y; la segunda, que se fortalezcan los estándares sanitarios nacionales con el objeto de

mejorar las condiciones de calidad tanto del producto nacional como del producto importado a fin de generar mayor estabilidad a los precios de mercado.

## Nivel de cumplimiento:



## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ITEM	PPTO 2016	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>44.718.000</b>	<b>44.718.000</b>	<b>100,00%</b>
Honorarios	44.718.000	44.718.000	100,00%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>44.718.000</b>	<b>44.718.000</b>	<b>100,00%</b>

## MARCO LÓGICO

No	OBJETIVO	ACCIONES	METAS	INDICADORES	CUMPLIMIENTO 2016 (%)	FTE. DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS BÁSICOS
1	Analizar el grado de protección en frontera del sector agropecuario colombiano en el contexto internacional	Realizar una comparación de las medidas de protección al sector agricultor nacional frente a sus principales socios comerciales.	1 Informe con la caracterización de las medidas de protección.	[ Informes Generados / Informes a Entregar]	100%	Estudio sobre "política comercial agropecuaria colombiana en el contexto internacional"	Información disponible
2	Determinar el avance de los grandes países productores y exportadores de productos agrícolas en el desmonte de sus protecciones.	Descripción del número de medidas de protección de importación de alimentos de los principales países productores y exportadores de productos agrícolas.	1 Informe con las medidas de protección de importación.	[ Informes Generados / Informes a Entregar]	100%	Estudio sobre "política comercial agropecuaria colombiana en el contexto internacional"	Información disponible
3	Caracterizar el panorama de la protección agrícola, cuantificando elementos de protección implícita	Determinar herramientas diferentes a los aranceles usan los principales socios comerciales de Colombia para impedir las importaciones de alimentos.	1 Informe con las medidas de protección implícita.	[ Informes Generados / Informes a Entregar]	100%	Estudio sobre "política comercial agropecuaria colombiana en el contexto internacional"	Información disponible

No	OBJETIVO	ACCIONES	METAS	INDICADORES	CUMPLIMIENTO 2016 (%)	FTE. DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS BÁSICOS
4	Identificar cuáles son los factores determinantes del crecimiento agropecuario experimentado por otros países.	Identificar cuáles son las estrategias que usaron en materia de política pública los países con el sector agropecuario más desarrollado.	1 Informe con las medidas de política pública.	[ Informes Generados / Informes a Entregar]	100%	Estudio sobre "política comercial agropecuaria colombiana en el contexto internacional"	Información disponible
5	Hallar la relación de causalidad entre proteccionismo y crecimiento del sector agrícola	Establecer lineamientos de políticas de comercio exterior para generación de crecimiento del sector.	1 Informe con las medidas de política pública.	[ Informes Generados / Informes a Entregar]	100%	Estudio sobre "política comercial agropecuaria colombiana en el contexto internacional"	Información disponible
6	Determinar las principales distorsiones en los mercados internacionales	Identificar las ayudas que otros gobiernos ofrecen a los agricultores que ponen en desventaja a sus competidores internacionales.	1 Informe con ayudas a la producción.	[ Informes Generados / Informes a Entregar]	100%	Estudio sobre "política comercial agropecuaria colombiana en el contexto internacional"	Información disponible

## **PROGRAMA: INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA**

### **PROYECTO: NÚCLEOS PROGRESIVOS DE ASISTENCIA TÉCNICA EN EL SECTOR PRODUCTIVO DE PAPA**

#### **OBJETIVO**

Brindar asistencia técnica a través de una metodología de implementación sistemática para la adopción de buenas prácticas, con el propósito de mejorar la calidad del producto final (papa en fresco).

**Localización:** Departamentos

Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia, Caldas, Tolima, Cauca, Santander y Norte de Santander.

#### **1. Desarrollo del plan Operativo del proyecto.**

Identificar y organizar un equipo de profesionales asistentes técnicos multidisciplinario de apoyo para la gestión, el desarrollo y la competitividad del sector papero colombiano.

Se desarrolló en la fecha comprendida entre el 25 de enero y el 5 de febrero de 2016, realizado por el Director del proyecto, en donde se revisaron las hojas de vida para la selección de los profesionales, teniendo en cuenta las personas contratadas en el proyecto de fortalecimiento de la asistencia técnica ejecutado el año 2015, y realizando una convocatoria abierta por la página web del administrador el fan page y las redes sociales, incluyendo carteles informativos en las Universidades de influencia en cada una de las zonas. Cuyo soporte es el acta de verificación de perfil y evaluación de selección de cada uno de los candidatos.

Se realizó la evaluación de las 48 hojas de vida postuladas, posterior a ello las entrevistas y selección de los Asistentes Técnicos a nivel nacional, dando como resultado la



contratación de los 16 asistentes técnicos distribuidos por departamento de la siguiente manera:

- Cundinamarca 4
- Boyacá 4
- Nariño 3
- Antioquia 2
- Caldas y Tolima 1
- Cauca 1
- Santander y Norte de Santander 1

Los siguientes 16 asistentes técnicos inicialmente aceptados y los cuales cuentan con los contratos debidamente diligenciados y firmados a partir del 1 de marzo de 2016, al transcurso del desarrollo del proyecto, se realizaron cambios de profesionales como es el caso de Nubia Rojas por Jorge Vásquez; Nubia Reyes por Zulma Garcia; Gustavo Gil por Fredy Marentes; Verónica Rosero por Zaida Vallejo, ellos solicitaron la terminación del contrato debido a temas personales. Tabla 8.

Se solicitó la contratación de un profesional más para el norte Antioqueño, presentándose una persona quien no aceptó las condiciones laborales, obteniendo como resultado no ofertar la apertura de la misma; luego se realizó un otrosí a todos los Profesionales con prórroga del contrato hasta 30 de diciembre de 2016 con excepción de la Ingeniera Zaida Vallejo, terminando con el proyecto con los siguientes profesionales a nivel nacional:

**Tabla 8. Asistentes técnicos por departamentos.**

Departamento	Asistentes Técnicos Iniciales	Asistentes Técnicos finales
<b>Boyacá</b>	Nubia Rojas	Jorge Vásquez
	Patricia Figueroa	Patricia Figueroa
	Fidel Salazar	Fidel Salazar
	Camilo Niño	Camilo Niño
<b>Cundinamarca</b>	Nubia Reyes	Zulma García
	Sandra Reyes	Sandra Reyes
	Edwin Quintana	Edwin Quintana
	Gustavo Gil	Fredy Marentes
<b>Nariño</b>	Mauricio Sarchi	Mauricio Sarchi
	Verónica Rosero	
	Jesús Javier López	Jesús Javier López
<b>Antioquia</b>	Arlex Valencia	Arlex Valencia
	Wilmar Colorado	Wilmar Colorado
<b>Santander</b>	Jaime Darío Pérez	Jaime Darío Pérez
<b>Caldas</b>	Cesar García	Cesar García
<b>Cauca</b>	William Muños	William Muños

### Construcción de los formatos.

Con el fin de generar confianza, seguimiento y control de las actividades realizadas por cada uno de los actores del proyecto, se desarrollaron los siguientes documentos:

- Talonarios de actas visitas de asistencia técnica: En el cual está recopilada la información esencial de cada uno de los beneficiarios del proyecto, en la cual se consigna el estado del cultivo y la recomendación técnica.
- Actas de compromiso de cada uno de los beneficiarios: El cual contiene el acuerdo de voluntades de las partes en cada uno de los derechos y obligaciones de las mismas.

- Conformación de los núcleos: Describe el perfil de cada uno de los beneficiarios según las características de cada uno de ellos, además de servir como soporte del compromiso del grupo.
- Lista de asistencia a capacitaciones y días de campo: Documento que evidencia la participación de los productores en los procesos de transferencia de tecnología y de las capacitaciones.
- Entrega de semillas certificada y análisis de suelos: Documento que certifica la entrega de resultados de análisis de suelos y de semilla certificada, generando confianza entre las partes respecto del cumplimiento de los compromisos y de las herramientas propuestas en el proyecto.
- Formatos de informes para extensionistas: Se implementó como herramienta de seguimiento a los asistentes técnicos los siguientes formatos: consolidado de visitas, programación, ejecución de actividades e informe mensual.

## **Desarrollo logístico de las diferentes herramientas o insumos entregados a los beneficiarios.**

Para el proyecto desarrollado fueron entregados los siguientes beneficios adicionales a la asistencia técnica: análisis de suelos, semilla certificada, vallas publicitarias a quienes contaban con parcela demostrativa (núcleos):

- **Análisis de suelos**

Se solicitó cotizaciones de análisis de suelos a diferentes laboratorios de reconocimiento científico como Agrosoil Lab, Calderón Labs, Agrilab Ltda, laboratorio de suelos de la Universidad Nacional, una vez analizadas las ofertas se eligió a AGRILAB, quien cuenta con un gran reconocimiento, puntualidad, y oferta económica acorde con el presupuesto.

En total se procesaron 81 muestras de todos los núcleos con un análisis en fase soluble y fase intercambiable de la siguiente manera:

	Unidades		Extractante / Técnica / Referencia	
PARÁMETROS	pH	-	Pasta de saturación / Potenciométrico / NTC 5167	
	Conductividad eléctrica	dS/m	Pasta de saturación / Conductimétrico / NTC 5167	
	Saturación de humedad	%	Pasta de saturación / Gravimétrico / NTC 5167	
	Relación adsorción de sodio	-	Relación matemática	
	Aluminio	mg/L	meq/L	Agua / Volumétrico / USDA
	Nitrógeno amoniacal	mg/L	meq/L	Agua / Volumétrico / USDA
	Azufre	mg/L	meq/L	Agua / Turbidimétrico / USDA
	Calcio soluble en agua	mg/L	meq/L	Agua / EAA / USDA
	Calcio intercambiable	meq/100 g	-	Sln. acetato de amonio / EAA / NTC 5349
	Cobre	mg/L	-	Agua / EAA / USDA
	Hierro (pH extracto)	mg/L	-	Agua / EAA / USDA
	Hierro (pH 2.0)	mg/L	-	Agua / EAA / USDA
	Magnesio soluble en agua	mg/L	meq/L	Agua / EAA / USDA
	Magnesio intercambiable	meq/100 g	-	Sln. acetato de amonio / EAA / NTC 5349
	Manganeso	mg/L	-	Agua / EAA / USDA
	Potasio soluble en agua	mg/L	meq/L	Agua / EAA / USDA
	Potasio intercambiable	meq/100 g	-	Sln. acetato de amonio / EAA / NTC 5349
	Sodio	mg/L	meq/L	Agua / EAA / USDA
	Zinc	mg/L	-	Agua / EAA / USDA
	Bicarbonatos	mg/L	meq/L	Agua / Volumétrico / USDA
Boro	mg/L	-	Agua / Colorimétrico / USDA	
Cloruros	mg/L	meq/L	Agua / Ión selectivo / USDA	
Fósforo soluble en agua	mg/L	meq/L	Agua / Colorimétrico / USDA	
Fósforo disponible	mg/Kg	-	Sln. Bray II / Colorimétrico / NTC 5350 Sln. Olsen / Colorimétrico / NTC 5350	
Nitrógeno nítrico	mg/L	meq/L	Agua / Ión selectivo / USDA	

CONVENCIONES  
meq: miliequivalentes; EAA: Espectroscopia de absorción atómica; EEA: Espectroscopia de emisión atómica

El análisis fase soluble y fase intercambiable, permite conocer la disponibilidad de nutrientes ofertada por el suelo, lo que permite una formulación del asistente técnico más acertada respecto de la nutrición del cultivo, evitando sobre costos en aplicaciones innecesarias, una mayor producción y calidad del producto.

La toma de análisis de suelo es una práctica que no es usual en los agricultores de papa, generando dificultades en la obtención de la misma de manera previa a la siembra, aunado a la consecución de semilla que fue escasa en el 2016 por la disminución de las producciones por fenómeno del niño; lo que conllevó a realizar correcciones en la segunda aplicación del fertilizante y no de manera previa a la siembra.

El resultado de los núcleos en el indicador de productividad, generó un promedio de un **10% más** frente al testigo.

- **Semilla Certificada**

Se solicitó la cotización a los semilleros de papa certificada, Plantar de Colombia, Agriintegral, FEDEPAPA, Biogenética, Inversiones RR y semilla Nariño, de acuerdo a la

oferta por variedad y precios se eligieron a: FEDEPAPA, Semillas Nariño, Plantar, e Inversiones RR; cuya entrega se realizó a todos los núcleos del proyecto.

La entrega de semilla certificada, es una herramienta para mejorar la genética de las variedades de la zona, un incremento de la producción dado que son libres de plagas y enfermedades a un nivel alto de tolerancia, aportando a la sanidad del cultivo.

Se entregaron las variedades Diacol Capiro, Criolla Colombia, Pastusa Suprema y Parda pastusa, siendo los materiales de mayor importancia para el consumo en fresco y para procesos de transformación industrial, con un total de 1715 bultos, con un cumplimiento del 106.5% con una eficiencia del recurso.

El principal inconveniente presentado en el 2016, fue la consecución de la semilla certificada sobre todo al inicio del proyecto, por su baja oferta como resultado del fenómeno del niño con una coyuntura de altos precios, logrando su consecución solamente hasta finales del año.

- **Vallas Publicitarias**

Se solicitó la cotización de empresas dedicadas a publicidad, GIMMICK 360, PROMOMAR y Diana Rojas, una vez realizado el análisis se eligió a la señora a Diana Rojas, quien entregaba las vallas en las zonas del proyecto, ubicados en cada uno de los núcleos y así generar procesos de divulgación a la comunidad.



## Núcleos Progresivos de Asistencia Técnica en el Sector Productivo de Papa



**Sibaté- Cundinamarca**





- **Entrega de la Dotación y Papelería a los Asistentes Técnicos**

Se entregó a cada uno de los Asistentes Técnicos un chaleco y una gorra con el objetivo de servir como ayuda al reconocimiento visual de los profesionales vinculados ante los productores.



**Objetivo 1: Identificación de líderes, seguidores activos y tradicionales en cada una de las regiones.**

OBJETIVO 1						
ACCIONES	METAS	EJECUCIÓN	% DE EJECUCIÓN	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS
Identificación de líderes	81	81	100	# de líderes con asistencia técnica directa	Actas de compromiso firmadas	Cumplimiento de perfil
Identificación de seguidores	486	486	100	# de seguidores activos con asistencia técnica directa	Actas de compromiso firmadas	Cumplimiento de perfil
Identificación de seguidores tradicionales	324	324	100	# de seguidores tradicionales con asistencia técnica directa	Actas de compromiso firmadas	Cumplimiento de perfil

Los beneficiarios fueron seleccionados conforme a los siguientes requisitos:

- Ser productor de papa y a la fecha haber tenido lote para establecer cultivo en el área de influencia.
  - Ser mayor de edad (18-60 años).
  - Haber estado dispuesto o tener establecido algún mecanismo de validación de costos de producción.
  - Disponer del tiempo necesario para participar en las sesiones y actividades.
  - Estar de acuerdo con los principios de demostración y participación colaborativa con el Ingeniero Agrónomo.
  - Aceptar la asistencia técnica 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.
- ✓ Líder: productor emprendedor entre la comunidad, edad entre 20 y 55 años, dispuesto a trabajar en equipo, abierto al cambio, dispuesto a seguir las recomendaciones del profesional, facilitador de demostraciones de método que se realizaron en su predio, al cual se le realizarán 10 visitas durante el ciclo productivo
  - ✓ Seguidor Activo: emprendedores que se destacaran en su región, que su manejo del cultivo aún sea empírico, seguidor de los líderes comunales, que cuente con carácter innovador, guste y facilite de las demostraciones de método, a ellos se les realizó 5 visitas durante el ciclo productivo.
  - ✓ Seguidor Tradicional: desarrollador de su actividad siguiendo las enseñanzas de sus familiares más antiguos, su mecanismo de abordaje del cambio se da por demostración de método, seguidor de las prácticas de sus colegas agricultores líderes y seguidores, se le realizó 3 visitas durante el ciclo productivo.

Con el objetivo de identificar 81 núcleos compuesto por 81 líderes, 486 seguidores activos y 324 seguidores tradicionales , cada asistente técnico realizó un sondeo de la zona con apoyo de algunos representantes de las alcaldías, Umatas, Epsagros, comités municipales de Fedepapa, para identificar productores dispuestos al cambio a través de demostración de método, obteniendo como resultado la vinculación de 891 productores con sus respectivas actas de compromiso y distribuidos de la siguiente manera:

DEPARTAMENTO	# DE NUCLEOS	# LIDERES	# SEGUIDORES ACTIVOS	# SEGUIDORES TRADICIONALES
BOYACA	20	20	120	80
CUNDINAMARCA	20	20	120	80
NARIÑO	15	15	90	60
ANTIOQUIA	10	10	60	40
SANTANDER Y NTE STE	5	5	30	20
CALDAS Y TOLIMA	5	5	30	20
CAUCA	6	6	36	24
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>486</b>	<b>324</b> <b>891</b>

**Objetivo 2. Obtener a través de la implementación del proyecto en los líderes seleccionados, administración de costos de producción, manejo agronómico del cultivo, y un producto de mejor calidad en porcentaje de tamaños comerciales.**

OBJETIVO 2						
ACCIONES	METAS	EJECUCIÓN	% DE EJECUCIÓN	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS
Consecución de costos de producción	81	81	100	# de líderes con costos de producción	Costos de producción individual	Beneficiarios inscritos
Cosecha de papa de calidad de tamaños gruesa 1 y 2	70%	91%	130	% de cosecha de cada productor en calidad tamaño gruesa 1 y 2	Informe de cosecha individual	Beneficiarios inscritos

Los costos de producción en papa son una herramienta que permite poder determinar cuánto cuesta producir una hectárea y un kilogramo de papa, y así establecer la rentabilidad de un cultivo al momento de la comercialización, además de conocer cuando se realiza la mayor inversión y así generar una estructura de planificación del gasto y de bancarización. Para el cumplimiento de este objetivo, a la presentación del informe se realizó el levantamiento de los costos de producción de los 81 núcleos y sus respectivos testigos, aclarando que no todos son de la misma variedad. Como principal resultado, se destaca que a nivel nacional:

	COSTOS DE PRODUCCIÓN Ha	RENDIMIENTO Ton / Ha	% CALIDADES SUPERIORES A 2°	COSTO DE PRODUCCIÓN POR Kg
<b>NÚCLEOS</b>	\$15.885.336	29.95	91	\$530
<b>TESTIGOS</b>	\$15.284.439	24.86	90	\$615

A pesar de un incremento de los costos de producción en los núcleos del 3.93% en comparación a los testigos, los rendimientos por unidad de área incrementaron en 20.48%, reflejándose en la disminución del 14% del valor de producir 1 Kg de papa. En promedio las calidades superiores a 2° de los núcleos en comparación con los testigos estuvieron 1% por encima.

**Objetivo 3: Actualización e inclusión de los beneficiarios seleccionados en el registro único de asistencia técnica.**

OBJETIVO 3						
ACCIONES	METAS	EJECUCIÓN	% DE EJECUCIÓN	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS
RUAT actualizados	891	1348	151	# de agricultores con RUAT	RUAT individuales	Beneficiarios inscritos

El cumplimiento de éste objetivo fue del 151%, se dio en el transcurso de las visitas de todo el proyecto, sin embargo, uno de los principales inconvenientes es la entrega de la copia del documento de identificación y la respuesta a ciertas preguntas que contempla el formato, además se levantó y/o actualizó el Ruat a los beneficiarios nuevos

**Objetivo 4: Capacitar y fortalecer la oferta de valor de los profesionales dedicados a la Asistencia Técnica del sistema productivo de papa vinculados al proyecto.**

OBJETIVO 4						
ACCIONES	METAS	EJECUCIÓN	% DE EJECUCIÓN	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS
Capacitar a los AT	16	16	100	# de AT capacitados	Listas de capacitación	No asistencia de los AT

Se capacitó al equipo de 16 asistentes técnicos a través de especialistas en diferentes temas, con el fin de tener un grupo de profesionales idóneo y preparado para brindar el servicio de asistencia técnica en las diferentes zonas de influencia a nivel nacional.

Se capacitaron en temáticas como calibración de equipos, manejo nutricional del cultivo en ámbitos foliares y edáficos, nuevas alternativas y herramientas biológicas para el manejo fitosanitario, uso y manejo eficiente de agroquímicos, maquinaria agrícola, nuevas alternativas de comercialización, entre otros; para el fortalecimiento de los asistentes que desarrollan su labor más eficientemente en campo, y así poder asegurar que la transferencia de tecnología hacia los productores sea un proceso más eficiente, y así lograr mejorar las condiciones de vida de los productores dedicados al cultivo de papa en el ámbito de desarrollo del proyecto de manera amigable con el medio ambiente.

## **EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES**

Socialización por parte de los Asistentes técnicos del proyecto a nivel nacional "Núcleos Progresivos de Asistencia Técnica en el sector productivo de papa" y del fondo nacional de fomento de la papa de dónde procede el recurso para la ejecución del proyecto, dar a conocer a la mayoría de productores posible en que consiste el FNFP, el marco jurídico, como está conformado, zonas de distribución del recaudo, los proyectos en los cuales trabajo el FNFP, quien es el administrador del Fondo, que es la cuota de fomento y desde cuando se recauda, quienes están obligados al pago y quienes son los recaudadores y sus responsabilidades, en que se invierten los recursos recaudados, quienes vigilan legalmente el Fondo, y como está constituida la junta directiva del FNFP.

A través del proceso de socialización a los productores, les queda claro en que consiste el FNFP y que esos recursos económicos obtenidos de la cuota de fomento les benefician a ellos en gran manera a través en este caso del proyecto de Núcleos progresivos de asistencia técnica, con el cual reciben asistencia técnica directa e integral y así poder mejorar las condiciones de vida del núcleo familiar dependiente del cultivo.

- Inicio de las visitas personalizadas e integrales por parte de los 16 asistentes técnicos vinculados en cada una de las zonas y programación de las capacitaciones que se llevaron a cabo dentro del proceso.

Se realizaron acercamientos con las diferentes alcaldías, epsagros, UMATAs, secretarías de agricultura, representantes de las casas comerciales, para la identificación de las principales sub zonas de influencia de los posibles productores beneficiarios que cumplieran con el objetivo del proyecto.

### Resultados de las visitas y capacitaciones obtenidos.

Se realizaron visitas técnicas y capacitaciones a los productores de papa en las 7 zonas asignadas, obteniendo al final los siguientes resultados:

**Tabla 9. Visitas por departamentos**

Departamento	Visitas técnicas		
	Meta	Ejecución	% Ejecución
Boyacá	1.440	1.576	109
Cundinamarca	1.360	1.592	117
Nariño	990	1.018	103
Antioquia	720	721	100
Cauca	412	446	108
Caldas	360	360	100
SANTANDER Y NTE STE	360	399	111
<b>Nacional</b>	<b>5.642</b>	<b>6.105</b>	<b>108</b>

Fuente: FNFP

El departamento de Cundinamarca con igual número de Asistentes Técnicos en campo que Boyacá, tiene un mayor número de visitas a los beneficiarios, debido a la alta presión de plagas y enfermedades; cumpliendo en general al 108% con la actividad, en los demás departamentos han presentado muy buenos resultados en cuanto a las visitas realizadas.



**Tabla 10. Productores capacitados**

Departamento	Productores Capacitados		
	Meta	Ejecución	% Ejecución
Boyacá	1.050	2.042	194
Cundinamarca	1.025	1.960	191
Nariño	762	2.179	286
Antioquia	525	631	120
Cauca	263	270	103
Caldas	263	299	114
Santarde Y NTE STE	263	322	122
<b>Nacional</b>	<b>4.153</b>	<b>7.703</b>	<b>185</b>

Fuente: FNFP

Nariño es la zona con más productores capacitados, debido a que se presenta una mayor acogida a los procesos de transferencia de tecnología y al impacto que se está generando a través de los proyectos, luego Boyacá debido a la cantidad de productores menores a 5 ha los cuales son el objetivo del proyecto.

Frente al proyecto los productores, manifiestan gran interés por que cuentan con un acompañamiento directo y continuo, acompañado de días de campo donde aprenden a través de vivencias y en general de demostración de método.

Se cumplió con el 185% de productores capacitados en los 7 departamentos del proyecto, en diversos temas de interés como: uso de semilla certificada, uso y manejo de suelos, mecanización agrícola, variabilidad climática, fenómeno del niño y transición a fenómeno de la niña, nutrición vegetal, uso y manejo de productos fitosanitarios, identificación y manejo de plagas y enfermedades enfocado en polilla guatemalteca, manejos culturales y limpios (biológicos) dentro del cultivo, FNFP, FEDEPAPA, comercialización, Asociatividad, entre otros. Una de las principales temáticas tratadas en el primer semestre fue Polilla guatemalteca por necesidad en general de las diferentes zonas intervenidas y por el gran problema que esta plaga generó a finales del año 2015 y principios de 2016.

La capacitación de acuerdo a declaración de productores que no recibían asistencia técnica directa sino solamente procesos de transferencia, informaron que la producción

paso de una media nacional de 20.8 tn/ha a 24.8 tn/ha, evidenciando que los procesos de transferencia de tecnología están incrementando los rendimientos en general de las diferentes zonas.

## Objetivo 5: Fortalecer 7 asociaciones de productores en planes de negocio.

OBJETIVO 5						
ACCIONES	METAS	EJECUCIÓN	% DE EJECUCIÓN	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS
Planes de negocio	7	7	100	# de asociaciones con plan de negocio	Planes de negocio por asociación	Asociaciones beneficiadas

### GRUPOS ASOCIATIVOS PARA FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

La Asociatividad es uno de los mecanismos de intercambio de experiencias y de desarrollo en el sector agrícola, ya que, gracias a esta formalización empresarial, los productores pueden acceder a nuevos mercados y canales de comercialización imposibles de alcanzar a nivel individual, además facilita los procesos de encadenamientos y alianzas productivas permitiendo acceder a otras fuentes y programas de apoyo. Es por ello que La **Federación Colombiana de Productores de Papa (FEDEPAPA)** y el **Fondo Nacional de Fomento de la Papa (FNFP)** atendiendo las necesidades de estos grupos en cuanto a su impulso organizacional enlazando la cadena de valor, realizó un acompañamiento a siete (7) asociaciones a nivel nacional con expertos en temas administrativos, financieros, comerciales, logísticos y de mercadeo.

Esta actividad se incluyó en el marco del proyecto como mecanismo de disminución de costos de producción mediante economías escala: con un objetivo general de definir el Plan de Negocios en siete (7) Asociaciones del sistema productivo de Papa mediante una estrategia de fortalecimiento y formación empresarial, que les permita lograr negocios sostenibles en el tiempo.

El grupo objetivo de esta actividad fue las Asociaciones de productores de Papa que fueran beneficiarias del proyecto de Núcleos progresivos de Asistencia técnica en el

sector productivo de Papa del **FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA** o que cuenten con Asistencia Técnica, en las siguientes regiones:

Departamento	No. de Asociaciones
<b>Antioquia</b>	1
<b>Cundinamarca</b>	2
<b>Boyacá</b>	2
<b>Nariño</b>	2
<b>Total</b>	<b>7</b>

## RESULTADOS

META	Ejecución	% Cumplimiento
7 Asociaciones evaluadas y seleccionas con Acta de aceptación y compromiso firmada	7 Asociaciones evaluadas y seleccionas con Acta de aceptación y compromiso firmada	100%

**EL OLIVO**



**ASOPRODUJEN**



**ASOPA**



**APROPAC**



**AGROSUR**



**FEDESABANA**



**COAGROUNIÓN**



El Proceso de generación de planes de negocio para las asociaciones, inicia con el contexto frente al sector, diagnóstico, capacitación, desarrollo del plan, y rueda de negocios.

En la vigencia 2016 no fue posible la implementación de los planes de negocio debido a que las asociaciones a pesar del tiempo de constituidas no desarrollaban proceso conjuntos y no tenían un objetivo claro, siendo talvez este el primer y más importante resultado del proyecto.



## DIAGNÓSTICO INICIAL

	RESULTADOS CARACTERIZACIÓN - DIAGNÓSTICO			EVALUACIÓN			NECESIDADES PRIMARIAS
	Imagen Visual Corporativa de Marca de la Asociación	Herramientas promocionales o material POP (Página WEB, Brochure, entre otros)	Diseño de empaques o etiquetas:	nivel de organización	match estratégico	nivel material	
<b>COAGROUNION</b>	Cuenta con Logo, el cual esta es utilizado en el muro de la Bodega	No se cuentan con herramientas	Se cuenta con costales, sin marca	MEDIO	1	MEDIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rediseño de logotipo Asociación</li> <li>Manual de identidad visual</li> <li>Identificación de portafolio de productos o servicios</li> <li>Desarrollo de brochure portafolio</li> <li>Desarrollo de kit publicitario</li> <li>Manual de plan de negocio</li> </ul>
<b>EL OLIVO</b>	No cuenta con Logotipo	No se cuentan con herramientas	No se cuenta con empaques	BAJO	7	BAJO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de logotipo de Asociación</li> <li>Manual de identidad visual</li> <li>Identificación de portafolio de productos o servicios</li> <li>Desarrollo de brochure portafolio</li> <li>Desarrollo de kit publicitario</li> <li>Manual de plan de negocio</li> </ul>
<b>ASOPRODUJEN</b>	No cuenta con Logotipo	No se cuentan con herramientas	No se cuenta con empaques	BAJO	6	BAJO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de logotipo de Asociación</li> <li>Manual de identidad visual</li> <li>Identificación de portafolio de productos o servicios</li> <li>Desarrollo de brochure portafolio</li> <li>Desarrollo de kit publicitario</li> <li>Manual de plan de negocio</li> </ul>
<b>AGROSUR</b>	Cuenta con Logo, utilizado en su Papelería	No se cuentan con herramientas	No se cuenta con empaques	BAJO	4	BAJO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de logotipo de Asociación</li> <li>Manual de identidad visual</li> <li>Identificación de portafolio de productos o servicios</li> <li>Desarrollo de brochure portafolio</li> <li>Desarrollo de kit publicitario</li> <li>Manual de plan de negocio</li> </ul>
<b>FEDESABANA</b>	No cuenta con Logotipo	No se cuentan con herramientas	No se cuenta con empaques	BAJO	5	BAJO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de logotipo de Asociación</li> <li>Manual de identidad visual</li> <li>Identificación de portafolio de productos o servicios</li> <li>Desarrollo de brochure portafolio</li> <li>Desarrollo de kit publicitario</li> <li>Manual de plan de negocio</li> </ul>
<b>APROPAC</b>	No cuenta con Logotipo	No se cuentan con herramientas	No se cuenta con empaques	BAJO	3	BAJO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de logotipo de Asociación</li> <li>Manual de identidad visual</li> <li>Identificación de portafolio de productos o servicios</li> <li>Desarrollo de brochure portafolio</li> <li>Desarrollo de kit publicitario</li> <li>Manual de plan de negocio</li> </ul>
<b>ASOPAPAS</b>	No cuenta con Logotipo	No se cuentan con herramientas	No se cuenta con empaques	MEDIO	2	BAJO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis reforma del naimig</li> <li>Creación de logotipo de Asociación</li> <li>Manual de identidad visual</li> <li>Identificación de portafolio de productos o servicios</li> <li>Desarrollo de brochure portafolio</li> <li>Desarrollo de kit publicitario</li> <li>Manual de plan de negocio</li> </ul>



## PROCESO DE FORMACIÓN

Las Asociaciones recibieron un proceso de formación en emprendimiento y fortalecimiento empresarial mediante el cual aprendieron las diferentes herramientas que les permite formular el plan de negocio de su proyecto Asociativo.

Este proceso de formación 4 talleres cada uno con una duración de 4 Horas:

FORMACIÓN TÉCNICA	HORAS DE FORMACIÓN
Estrategia de organización y gerencia	4 horas
Estrategias de mercadeo y comercialización: Ventas e ingresos	4 horas
Estrategias de producción y servicios Estrategia Financiera: Plan Financiero	4 horas
Plan de negocio	4 horas
<b>TOTAL PROCESO DE FORMACIÓN</b>	<b>16 HORAS</b>

### a) Diseño metodológico de la formación:

Elaboración de la presentación de los Talleres para la Formación.

### b) Listas de Asistencia a Talleres de Formación

Se llevó a cabo los Talleres de Formación en Fortalecimiento Empresarial con las Asociaciones.

Debido al paro Nacional de Transporte realizado entre los meses de Junio y Julio del 2016 y la reprogramaciones de fechas de actividades solicitadas directamente por las Asociaciones, no fue posible ejecutar la programación de actividades con las Asociaciones, esta etapa de formación estaba programada del 28 de Junio al 9 de Septiembre de 2016 y se desarrolló hasta el 10 de Octubre, ocasionando un retraso en tiempo de un (1) mes.

## DEFINICIÓN DE PRODUCTO DEL PLAN DE NEGOCIOS POR ASOCIACIÓN.

Se realizó una evaluación y definición del producto específico que se desarrollará en el Plan de Negocios de cada Asociación, enfocado a sus intereses.

ASOCIACIÓN	ACTUAL	PROYECCIÓN
COAGROUNION	Servicio de Lavado, clasificado y secado de papa	Comercialización de Papa lavada, seleccionada y empacada
ASOPRODUJEN	Producción y comercialización de papa individual por asociado	Comercialización de Papa cepillada, seleccionada y empacada
EL OLIVO	Producción y comercialización de papa individual por asociado	Producción y comercialización de papas Nativas
AGROSUR	Producción y comercialización de papa individual por asociado	Producción y comercialización de papa en fresco
FEDESABANA	Producción y comercialización de papa individual por asociado	Comercialización de papa para la industria
ASOPAPAS	Servicio de Bodegaje y alquiler de tractor Producción y comercialización de papa individual por asociado	Comercialización de Papa lavada, seleccionada y empacada
APROPAC	Servicio de alquiler de tractor Producción y comercialización de papa individual por asociado	Producción y comercialización de Semillas Certificadas de Papa

Como parte del proceso de identidad de la asociación se desarrolló manual de imagen corporativa, logo, página web y manual de uso, tarjetas personales, brochure, entre otras.

Tabla 10: IMÁGENES CORPORATIVAS DISEÑADAS

ASOCIACIÓN	IMAGEN
COAGROUNIÓN	 
ASOPASCA	 
APROPAC	
FEDESABANA	

<p><b>AGROSUR</b></p>	
<p><b>EL OLIVO</b></p>	
<p><b>ASOPRODUJEN</b></p>	

Además, durante este proceso de asesoría y acompañamiento empresarial se realizó el contacto con Aliados Estratégicos para el desarrollo y Formulación del Plan de Negocios, los cuales nos acompañaron a varias reuniones con las diferentes Asociaciones con base en los enfoques de los productos así:

- ✓ **CORPOICA** La Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria, (**Olga Perez / Investigador Papas Nativas**): Con el fin de conocer la estrategia en Papa nativas en Seguridad Alimentaria y Nutricional, además de temas de semillas, variedades y procesos de producción.

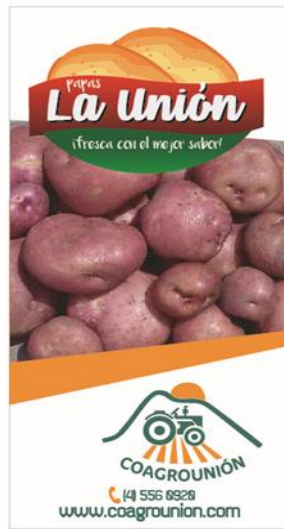
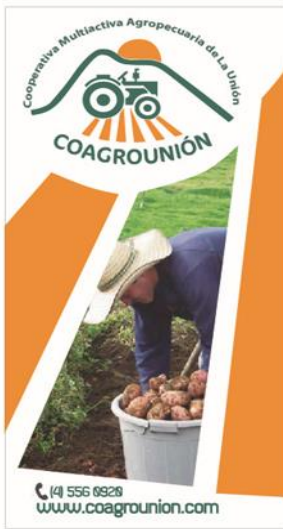
- ✓ **BANCO AGRARIO DE COLOMBIA (Sandra Milena Hernández Barajas /** Coordinador de Gremios / Gerencia Técnica Agropecuaria / Vicepresidencia Banca Agropecuaria): Con el fin de generar cultura de ahorro en un programa de educación financiera y alternativas de crédito que permitan la implementación del plan de negocios.
- ✓ **INGEMAQ** Especialistas en el diseño y fabricación de maquinaria como lavadoras y cepilladoras de papa, entre otros. (**Yeison Abraham Bello Romero /** Director Comercial): Con el fin de implementar y optimizar la línea de producción para las Asociaciones que cuentan con maquinaria, y comprender y cotizar maquinaria para aquellas que aún no cuentan con esta.



## ENTREGABLES POR ASOCIACION

### COAGROUNION

#### PENDONES



#### PAGINA WEB



#### BROCHURE

#### TARJETAS



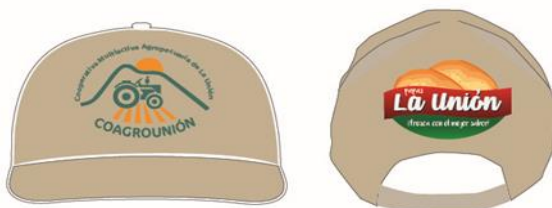
#### TIRO



#### RETIRO



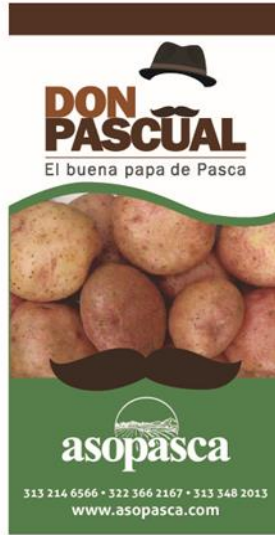
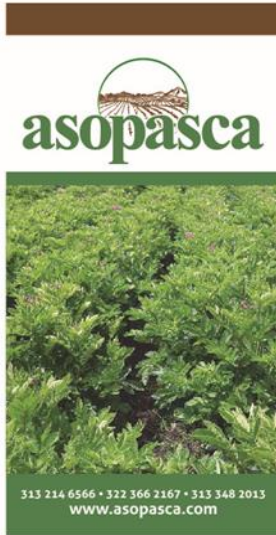
#### GORRA



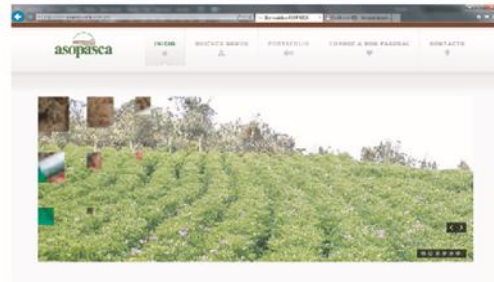


## ASOPASCA

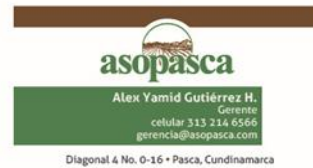
### PENDONES



### PAGINA WEB



### TARJETAS



### GORRA



### BROCHURE



Diagonal 4 No. 0-16  
313 214 6566 • 322 366 2167 • 313 348 2013  
www.asopasca.com



Don Pascual, empresa de comercialización, abastecimiento, calidad y seguridad de la papa.

El Papa orgánico y lavado de origen del Municipio de Pasca, Cundinamarca, es el resultado de un proceso de lavado y clasificación de papa que garantiza la calidad y clasificación de la papa, cumpliendo con las condiciones y tiempos de entrega de nuestros clientes.



**Beneficios**

- Apoya preparaciones inmediatas
- Disponibilidad a la medida del consumidor
- Distribución de productos por producto de diferentes

**Ventajas**

- Ahorro de tiempo para los actos de cosecha y preparaciones
- Productos frescos al momento del consumo
- Ahorro de dinero (Productos de diferentes y equal)

3 kilos, 5 kilos, 10 kilos, 50 kilos

**Portafolio**

Asopasca mejora la calidad de vida de los cultivadores asociados, prestando servicios de apoyo de capacitación, logística, lavado y clasificación de papa, y comercialización para lavado y empaque, mediante procesos que garantizan la calidad y clasificación de la papa, cumpliendo con las condiciones y tiempos de entrega de nuestros clientes.

- Alquiler de maquinaria
- Segregación
- Lavado y clasificación
- Comercialización

# Informe de Gestión 2016

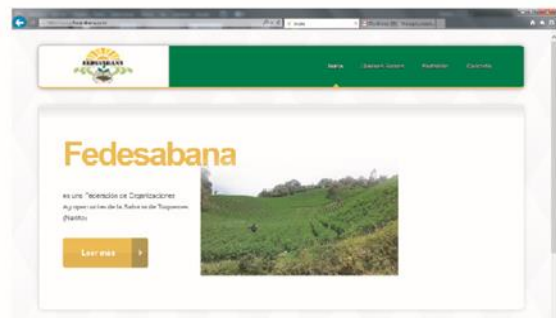


## FEDESABANA

### PENDONES



### PAGINA WEB



### TARJETAS



### GORRA



### BROCHURE





## APROPAC

### PENDONES

**semilla certificada**

**maquinaria**

**papa fresca**

[www.apropac.com](http://www.apropac.com)  
celular 315 854 1324

[www.apropac.com](http://www.apropac.com)  
celular 315 854 1324

### PAGINA WEB



### TARJETAS

**Myriam Forero**  
Gerente  
celular 315 854 1324 | [gerencia@apropac.com](mailto:gerencia@apropac.com)  
Vereda Buenos Aires Los Pinos, Escuela La Calera, Cundinamarca

### BROCHURE

celular 315 854 1324  
Vereda Buenos Aires Los Pinos, Escuela La Calera, Cundinamarca  
[www.apropac.com](http://www.apropac.com)



**semilla certificada**

**maquinaria**

**papa fresca**

[www.apropac.com](http://www.apropac.com)



APROPAC promueve el bienestar de los cultivadores asociados, brindando servicios de apoyo de maquinaria, semillas y fertilizantes. A su vez, garantiza la calidad de papa certificada y respaldada por el Sernac, mediante la aplicación de técnicas agrícolas modernas y procesos de selección y almacenamiento que garantizan su calidad.

**APROPAC**  
semilla certificada

**APROPAC**  
maquinaria

**APROPAC**  
papa fresca

### GORRA

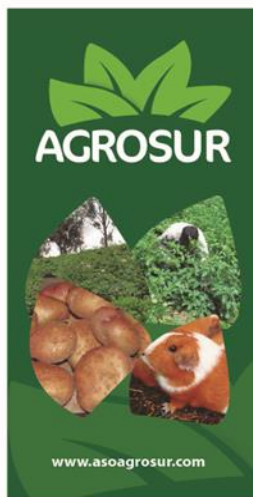


# Informe de Gestión 2016



## AGROSUR

### PENDONES



### PAGINA WEB



### BROCHURE



### GORRA



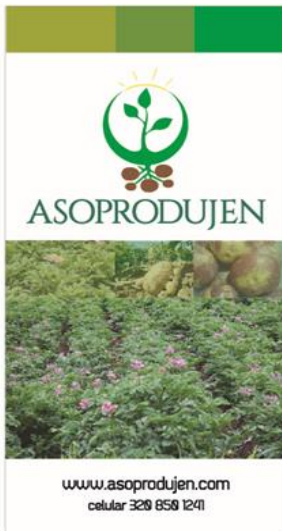
### TARJETAS





## ASOPRODUJEN

### PENDONES



### PAGINA WEB



### TARJETAS



### GORRA



### BROCHURE



## EL OLIVO

### PENDONES



### PAGINA WEB



### TARJETAS



**Carlos Arturo Torres**  
Director Comercial  
celular: 312 510 3556  
[comercial@papaselolivo.com](mailto:comercial@papaselolivo.com)

Carrera 4 No. 3-77  
Cómbita / Boyacá

### GORRA



### BROCHURE





## RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	COAGROUNIÓN	EL OLIVO	ASOPRODUJEN	ASOPAPAS	APROPAC	FEDESABANA	AGROSUR
<b>1. SOBRE LOS PARTICIPANTES</b>							
Los asociados participaron con interés y motivación	3	3	4	3	4	4	3
Los participantes aumentaron su conocimiento del sector	4	4	4	4	3	3	4
<b>2. SOBRE LA FORMACIÓN EN FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL</b>							
El equipo asesor tiene el conocimiento y dominio del tema	4	4	4	4	4	4	4
El equipo asesor tiene la disposición y capacidad para transmitir los conocimientos de una manera clara y adecuada, resolviendo las dudas	4	4	4	4	4	4	4
El equipo asesor tuvo una actitud respetuosa y paciente	4	4	4	4	4	4	4
La formación tiene una aplicabilidad práctica en la Asociación	4	3	4	4	4	3	4
<b>3. SOBRE LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS</b>							
Cumplimiento del objetivo propuesto con respecto al Plan Formulado	4	3	4	4	4	4	4
Satisfacción de la expectativa frente al Negocio formulado en el Proyecto	4	4	4	4	4	4	4
<b>4. SOBRE EL KIT PUBLICITARIO</b>							
El diseño y desarrollo de la imagen visual contribuye al desarrollo empresarial de la Asociación	4	4	3	4	4	4	4
El contenido y calidad del material publicitario	4	4	3	4	4	4	4
El material entregado cumple las expectativas para iniciar un proceso de comercialización	4	4	3	4	4	4	4

### Comentarios de Aspectos Importantes

- Abrir la mente a los socios
- Capacitación e ideas nuevas
- Marca y publicidad

- Despertar necesidades de empresariedad
- Sensibilizar al grupo en la importancia de tener una visión de negocio.
- Conocimiento adquirido por la asociación

## **Comentarios de Aspectos para mejorar**

- Horarios nocturnos para aumentar la participación
- Continuidad y seguimiento en el acompañamiento para garantizar resultados en la implementación del Plan
- Mayor enlace con la comercialización
- Organizar foros de la papa a nivel regional y nacional
- Continuar con proyecto de capacitación y producción de papa

## **CONCLUSIONES**

- A través de las reuniones con la Asociación en el desarrollo de las diferentes etapas del proyecto se logró que los productores tuvieran unidad de pensamiento, incentivo y reconocimiento de la importancia de la construcción colectiva, debido a que antes solo tenían reuniones sin un curso fijo de la asociación como Empresa.
- La construcción de la imagen visual y el diseño del kit publicitario permite dar identidad a la Asociación y un carácter empresarial de responsabilidad y credibilidad, además de permitir la comunicación y posicionamiento de la marca y el portafolio de productos y servicios.
- Conocimiento, reconocimiento e interpretación del análisis del sector y del mercado en el contexto internacional y nacional por parte de las Asociaciones.
- Conocimiento por parte de las Asociaciones de la metodología que les permita formular un modelo de Negocio viable y sostenible, en términos de Segmento de Mercado, Propuesta de valor, Canales, Relaciones con clientes, Flujo de Ventas, Recursos claves, Actividades claves, Socios Claves y Estructura de Costos.
- Conocimiento por parte de las Asociaciones en la elaboración del diagnóstico DOFA, el cual les permite aprovechar las Oportunidades en el medio a través de sus fortalezas, además de identificar sus Debilidades y Amenazas con el fin de gestionar los riesgos asociados.

- Aprendizaje de la Asociación en la definición del direccionamiento estratégico expresados a través de la razón de ser - Misión, lo que quieren llegar a ser - Visión y sus Valores institucionales.
- La conformación de una estructura administrativa que no solo está basada en una Asamblea de Asociados y Junta directiva, si no en diferentes comités como el de comercialización, técnico y social, permiten identificar y enfocar las funciones del equipo, con el ánimo de generar reuniones con propósitos claros y responsabilidades compartidas.
- El conocimiento por parte de los Asociados de una estructura básica financiera basada en un modelo de ingresos, gastos y costos, permite integrar la importancia de la sostenibilidad económica al tema de gestión.

A continuación, se describe el avance de cada una de las asociaciones a partir de la línea base, conforme sigue:

## COAGROUNION

CRITERIOS		LINEA BASE	RESULTADO
Organización y Gerencia	10%	0%	La Asociación aprende a realizar y define el diagnóstico DOFA, la razón de ser en la Misión y se proyecta hacia el futuro en la Visión. Se define la estructura administrativa mediante la conformación de los comités de comercialización, técnico y social y sus respectivas responsabilidades. Con base en la dinámica de la Asociación se hace necesario el fortalecimiento de estos Comités a través de reuniones.
	5%	5%	
	5%	2%	
Mercadeo y Comercialización	20%	10%	Se ajusta la Imagen Visual de la Asociación y se diseña estructurándola en un Manual de uso, y se define un portafolio de productos y servicios. La Asociación comprende la importancia de realizar el Análisis del sector de la papa y del mercado de la papa lavada y empacada, y define el Modelo de negocio frente al segmento, propuesta de valor, canales, relaciones, recursos y socios claves, además de las estrategias y herramientas de comunicación y promoción (diseño de Kit - <del>Brochure</del> , página web, pendones y tarjetas de presentación). Es necesario que la Asociación implemente las estrategias de acuerdo a la dinámica del mercado.
	40%	14%	
	10%	2%	
	10%	2%	
Técnico y Productivo	10%	4%	Se estructura el enfoque basado en procesos, definido en el Mapa de Procesos y las respectivas funciones de los procesos de dirección, procesos operativos y los procesos de apoyo. Se determina el Plan y el cronograma de implementación. Se hace necesario definir los procedimientos específicos de Lavado y clasificado y conseguir la bodega de clasificado, empaque y preservación del producto por parte de la asociación.
	30%	13%	
	10%	2%	
	10%	7%	
	5%	0%	
Gestión financiera	10%	3%	La Asociación aprende a realizar y define el Plan de Ventas (Ingresos), la estructura de Costos y Gastos, y elabora el Estado de resultados que permite realizar análisis
	5%	3%	
100%		37%	88%

## EL OLIVO

CRITERIOS		LINEA BASE		RESULTADO
<b>Organización y Gerencia</b>	10%	Direccionamiento Estratégico	0%	La Asociación aprende a realizar y define el diagnóstico DOFA, la razón de ser en la Misión y se proyecta hacia el futuro en la Visión. Se define la estructura administrativa mediante la conformación de los comités de comercialización, técnico y social y sus respectivas responsabilidades. Con base en la dinámica de la Asociación se hace necesario el fortalecimiento de estos Comités a través de reuniones.
	5%	Estructura de Asociación	5%	
	5%	Estructura de Negocio	0%	
<b>Mercadeo y Comercialización</b>	20%	Portafolio de Productos	0%	Se diseña la Imagen Visual de la Asociación estructurándola en un Manual de uso, y se define un portafolio de productos y servicios. La Asociación comprende la importancia de realizar el Análisis del sector de la papa y del mercado de la papa nativa, y define el Modelo de negocio frente al segmento, propuesta de valor, canales, relaciones, recursos y socios claves, además de las estrategias y herramientas de comunicación y promoción (diseño de Kit -Brochure, pagina web, pendones y tarjetas de presentación). Es necesario que la Asociación implemente las estrategias de acuerdo a la dinámica del mercado.
	10%	Estrategias de Comercialización	0%	
	10%	Publicidad y promoción	0%	
<b>Técnico y Productivo</b>	10%	Asistencia Técnica	3%	Se estructura el enfoque basado en procesos, definido en el Mapa de Procesos y las respectivas funciones de los procesos de dirección, procesos operativos y los procesos de apoyo. Se determina el Plan de Producción y cosecha y el cronograma de implementación. Se hace necesario definir los procedimientos específicos para la producción y cosecha, y conseguir la semilla de papa nativa.
	10%	Procesos y Procedimientos	3%	
	10%	Infraestructura	0%	
<b>Gestión financiera</b>	5%	Presupuestos	0%	La Asociación aprende a realizar y define el Plan de Ventas (Ingresos), la estructura de Costos y Gastos, y elabora el Estado de resultados que permite realizar análisis
	5%	Análisis Financiero	0%	
<b>100%</b>			<b>8%</b>	<b>88%</b>





# Informe de Gestión 2016



## ASOPRODUJEN

CRITERIOS		LINEA BASE		RESULTADO		
<b>Organización y Gerencia</b>	10%	Direccionamiento Estratégico	0%	La Asociación aprende a realizar y define el diagnóstico DOFA, la razón de ser en la Misión y se proyecta hacia el futuro en la Visión. Se define la estructura administrativa mediante la conformación de los comités de comercialización, técnico y social y sus respectivas responsabilidades. Con base en la dinámica de la Asociación se hace necesario el fortalecimiento de estos Comités a través de reuniones.	10%	
	5%	Estructura de <u>Asociatividad</u>	5%		20%	5%
	5%	Estructura de Negocio	0%		5%	5%
<b>Mercadeo y Comercialización</b>	20%	Portafolio de Productos	0%	Se diseña la Imagen Visual de la Asociación estructurándola en un Manual de uso, y se define un portafolio de productos y servicios. La Asociación comprende la importancia de realizar el Análisis del sector de la papa cepillada y empacada, y define el Modelo de negocio frente al segmento, propuesta de valor, canales, relaciones, recursos y socios claves, además de las estrategias y herramientas de comunicación y promoción (diseño de Kit - <u>Brochure</u> , página web, pendones y tarjetas de presentación). Es necesario que la Asociación implemente las estrategias de acuerdo a la dinámica del mercado.	20%	
	10%	Estrategias de Comercialización	0%		40%	10%
	10%	Publicidad y promoción	0%		10%	10%
<b>Técnico y Productivo</b>	10%	Asistencia Técnica	3%	Se estructura el enfoque basado en procesos, definido en el Mapa de Procesos y las respectivas funciones de los procesos de dirección, procesos operativos y los procesos de apoyo. Se determina el Plan de Producción y cosecha y el cronograma de implementación. Se hace necesario definir los procedimientos específicos para la producción, cepillado y clasificado, conseguir la bodega y comprar la maquina <u>cepilladora</u> y accesorios.	4%	
	10%	Procesos y Procedimientos	3%		8%	4%
	10%	Infraestructura	0%		2%	2%
<b>Gestión financiera</b>	5%	Presupuestos	0%	La Asociación aprende a realizar y define el Plan de Ventas (Ingresos), la estructura de Costos y Gastos, y elabora el Estado de resultados que permite realizar análisis	5%	
	5%	Análisis Financiero	0%		10%	5%
<b>100%</b>			<b>8%</b>		<b>80%</b>	





# Informe de Gestión 2016



## ASOPASCA

CRITERIOS		LINEA BASE		RESULTADO
Organización y Gerencia	10%	Direccionamiento Estratégico	0%	20%
	5%	Estructura de Asociatividad	5%	
	5%	Estructura de Negocio	2%	
Mercadeo y Comercialización	20%	Portafolio de Productos	5%	40%
	10%	Estrategias de Comercialización	2%	
	10%	Publicidad y promoción	0%	
Técnico y Productivo	10%	Asistencia Técnica	4%	18%
	10%	Procesos y Procedimientos	0%	
	10%	Infraestructura	7%	
Gestión financiera	5%	Presupuestos	0%	10%
	5%	Análisis Financiero	3%	
100%		28%		88%



# Informe de Gestión 2016



## APROPAC

CRITERIOS		LINEA BASE	RESULTADO
<b>Organización y Gerencia</b>	10%	0%	La Asociación aprende a realizar y define el diagnóstico DOFA, la razón de ser en la Misión y se proyecta hacia el futuro en la Visión. Se define la estructura administrativa mediante la conformación de los comités de comercialización, técnico y social y sus respectivas responsabilidades. Con base en la dinámica de la Asociación se hace necesario el fortalecimiento de estos Comités a través de reuniones.
	5%	5%	
	5%	2%	
<b>Mercadeo y Comercialización</b>	20%	3%	Se diseña la Imagen Visual de la Asociación estructurándola en un Manual de uso, y se define un portafolio de productos y servicios. La Asociación comprende la importancia de realizar el Análisis del sector de la papa para industria, y define el Modelo de negocio frente al segmento, propuesta de valor, canales, relaciones, recursos y socios claves, además de las estrategias y herramientas de comunicación y promoción (diseño de Kit - Brochure, página web, pendones y tarjetas de presentación). Es necesario que la Asociación implemente las estrategias de acuerdo a la dinámica del mercado.
	10%	2%	
	10%	0%	
	10%	5%	
<b>Técnico y Productivo</b>	10%	4%	Se estructura el enfoque basado en procesos, definido en el Mapa de Procesos y las respectivas funciones de los procesos de dirección, procesos operativos y los procesos de apoyo. Se determina el Plan de siembra y cosecha y el cronograma de implementación. Se hace necesario definir los procedimientos específicos para la producción y buenas prácticas agrícolas para garantizar la calidad de la papa, además de conseguir lotes y semilla.
	10%	0%	
	10%	2%	
<b>Gestión financiera</b>	5%	0%	La Asociación aprende a realizar y define el Plan de Ventas (Ingresos), la estructura de Costos y Gastos, y elabora el Estado de resultados que permite realizar análisis
	5%	3%	
<b>100%</b>		<b>21%</b>	<b>88%</b>

## AGROSUR

CRITERIOS			LINEA BASE		RESULTADO
<b>Organización y Gerencia</b>	10%	Direccionamiento Estratégico	0%	20%	La Asociación aprende a realizar y define el diagnóstico DOFA, la razón de ser en la Misión y se proyecta hacia el futuro en la Visión. Se define la estructura administrativa mediante la conformación de los comités de comercialización, técnico y social y sus respectivas responsabilidades. Con base en la dinámica de la Asociación se hace necesario el fortalecimiento de estos Comités a través de reuniones.
	5%	Estructura de Asociación	4%		
	5%	Estructura de Negocio	2%		
<b>Mercadeo y Comercialización</b>	20%	Portafolio de Productos	3%	40%	Se diseña la Imagen Visual de la Asociación estructurándola en un Manual de uso, y se define un portafolio de productos y servicios. La Asociación comprende la importancia de realizar el Análisis del sector de la papa para industria, y define el Modelo de negocio frente al segmento, propuesta de valor, canales, relaciones, recursos y socios claves, además de las estrategias y herramientas de comunicación y promoción (diseño de Kit -Brochure, página web, pendones y tarjetas de presentación). Es necesario que la Asociación implemente las estrategias de acuerdo a la dinámica del mercado.
	10%	Estrategias de Comercialización	2%		
	10%	Publicidad y promoción	1%		
<b>Técnico y Productivo</b>	10%	Asistencia Técnica	3%	18%	Se estructura el enfoque basado en procesos, definido en el Mapa de Procesos y las respectivas funciones de los procesos de dirección, procesos operativos y los procesos de apoyo. Se determina el Plan de siembra y cosecha y el cronograma de implementación. Se hace necesario definir los procedimientos específicos para la producción y buenas prácticas agrícolas para garantizar la calidad de la papa, además de conseguir lotes y semilla.
	10%	Procesos y Procedimientos	0%		
	10%	Infraestructura	3%		
<b>Gestión financiera</b>	5%	Presupuestos	0%	10%	La Asociación aprende a realizar y define el Plan de Ventas (Ingresos), la estructura de Costos y Gastos, y elabora el Estado de resultados que permite realizar análisis
	5%	Análisis Financiero	3%		
<b>100%</b>			<b>21%</b>	<b>88%</b>	



# Informe de Gestión 2016



## FEDESABANA

CRITERIOS		LINEA BASE	RESULTADO
<b>Organización y Gerencia</b>	10%	0%	La Asociación aprende a realizar y define el diagnóstico DOFA, la razón de ser en la Misión y se proyecta hacia el futuro en la Visión. Se define la estructura administrativa mediante la conformación de los comités de comercialización, técnico y social y sus respectivas responsabilidades. Con base en la dinámica de la Asociación se hace necesario el fortalecimiento de estos Comités a través de reuniones.
	5%	5%	
	5%	0%	
<b>Mercadeo y Comercialización</b>	20%	0%	Se diseña la Imagen Visual de la Asociación estructurándola en un Manual de uso, y se define un portafolio de productos y servicios. La Asociación comprende la importancia de realizar el Análisis del sector de la papa para industria, y define el Modelo de negocio frente al segmento, propuesta de valor, canales, relaciones, recursos y socios claves, además de las estrategias y herramientas de comunicación y promoción (diseño de Kit -Brochure, página web, pendones y tarjetas de presentación). Es necesario que la Asociación implemente las estrategias de acuerdo a la dinámica del mercado.
	10%	0%	
	10%	0%	
<b>Técnico y Productivo</b>	10%	6%	Se estructura el enfoque basado en procesos, definido en el Mapa de Procesos y las respectivas funciones de los procesos de dirección, procesos operativos y los procesos de apoyo. Se determina el Plan de siembra y cosecha y el cronograma de implementación. Se hace necesario definir los procedimientos específicos para la producción y buenas prácticas agrícolas para garantizar la calidad de la papa, además de conseguir semilla.
	10%	0%	
	10%	0%	
<b>Gestión financiera</b>	5%	0%	La Asociación aprende a realizar y define el Plan de Ventas (Ingresos), la estructura de Costos y Gastos, y elabora el Estado de resultados que permite realizar análisis
	5%	0%	
<b>100%</b>		<b>11%</b>	<b>88%</b>



## MARCO LÓGICO

No	ACCIONES	METAS	INDICADORES	CUMPLIMIENTO 2016 (%)	FTE. DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS BÁSICOS
1	Identificación de líderes	81	# de líderes con asistencia técnica directa	100%	Actas de compromiso firmadas	Cumplimiento de perfil
	Identificación de líderes	486	# de seguidores activos con asistencia técnica directa	100%	Actas de compromiso firmadas	Cumplimiento de perfil
	Identificación de líderes	324	# de seguidores tradicionales con asistencia técnica directa	100%	Actas de compromiso firmadas	Cumplimiento de perfil
2	Consecución de costos de producción	81	# de líderes con costos de producción	100%	Costos de producción individual	Beneficiarios inscritos
	Cosecha de papa de calidad de tamaños gruesa 1 y 2	70%	% de cosecha de cada productor en calidad tamaño gruesa 1 y 2	128%	Informe de cosecha individual	Beneficiarios inscritos
3	RUAT actualizados	891	# de agricultores con RUAT	151%	RUAT individuales	Beneficiarios inscritos

4	Capacitar y fortalecer la oferta de valor de los profesionales dedicados a la Asistencia Técnica del sistema productivo de papa vinculados al proyecto	Capacitar a los AT	16	# de AT capacitados	100%	Listas de capacitación	No asistencia de los AT
5	Fortalecer 7 asociaciones de productores en planes de negocio	Planes de negocio	7	# de asociaciones con plan de negocio	100%	Planes de negocio por asociación	Asociaciones beneficiadas



## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ITEM	PPTO 2016	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>673.033.333</b>	<b>656.599.999</b>	<b>97,56%</b>
Honorarios	673.033.333	656.599.999	97,56%
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>326.666.000</b>	<b>306.464.673</b>	<b>93,82%</b>
<b>MATERIALES Y SUMINISTROS</b>	34.600.000	34.548.644	99,85%
<b>CORREO</b>	3.600.000	2.818.881	* 78,30%
<b>VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE</b>	56.960.000	40.647.121	* 71,36%
<b>CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN</b>	62.650.000	59.610.002	95,15%
<b>DOTACIONES</b>	1.156.000	1.156.000	100,00%
<b>IMPRESOS Y PUBLICACIONES</b>	35.000.000	35.000.000	100,00%
<b>TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA</b>	132.700.000	132.684.025	99,99%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>999.699.333</b>	<b>963.064.672</b>	<b>96,34%</b>

La ejecución presupuestal general fue del 96.34%, con un cumplimiento técnico superior al 100% con una eficiencia en los recursos, se presentan dos bajas ejecuciones en los sub rubros de viáticos y gastos de viaje con una ejecución del 71.36%\* y correo con el 78.3%\*, cumpliendo con las actividades con una menor inversión.

## CONCLUSIONES

- Se cumplió el 100% del proyecto en cuanto a los indicadores técnicos, con una ejecución presupuestal del 96.34%.
- Se realizó la identificación a nivel nacional de los 81 líderes con la respectiva implementación del núcleo, donde se cumplieron a cabalidad las visitas propuestas junto a los días de campo.
- La mayor cantidad de visitas se realizaron en el departamento de Cundinamarca, esto debido a la alta presión de plagas y enfermedades en comparación al resto de departamentos.

- Nariño es el departamento con mayor número de productores capacitados, esto posiblemente al mayor interés del productor en aprender e involucrarse en temas técnicos posiblemente por el importante número de proyectos existentes en papa con recursos del MADR.
- Los productores manifiestan su agradecimiento por el suministro de semilla certificada y análisis de suelos, acompañados de asistencia técnica en las zonas, mejorando el material genético de los productores.
- El promedio para producir un kilogramo de papa en los núcleos es de \$530, y para las parcelas testigo es de \$616, lo que significa que, con semilla certificada, análisis de suelos y asistencia técnica se disminuye los costos de producción en el 14%.
- En los núcleos se incrementó el rendimiento por unidad de área, manteniendo de manera uniforme la calidad obtenida por los productores del 90% de papa comercial sobre el total de la producción.
- Se inscribió y/o actualizó a 1.400 productores de papa a nivel nacional al RUAT.

Se fortaleció la capacidad técnica de los profesionales del FNFP a través de formación técnica con expertos del subsector papa, con una asistencia técnica oportuna y especializada reflejada en los resultados del proyecto.

## **PROGRAMA: COMERCIALIZACIÓN**

### **PROYECTO: ESTRATEGIAS PARA GENERAR NUEVOS MOMENTOS Y FORMAS DE CONSUMO DE PAPA EN FRESCO**

#### **OBJETIVO PRINCIPAL**

Generar nuevos momentos de consumo con innovadoras recetas que serán presentadas en ferias gastronómicas a nivel nacional, por medio de estrategias de comunicación directamente a restaurantes y al consumidor final.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Implementar recetas para diferentes momentos del día, desarrolladas por "Pablo el Gurú de la papa" en los restaurantes que cuenten con servicio y menús a la mesa, los cuales, participarán en los festivales gastronómicos del proyecto.
2. Evaluar durante cada festival gastronómico la aceptación de las recetas elaboradas por "Pablo el Gurú de la papa" y su posible implementación como compra, preparación, consumo y recomendación por parte del consumidor que participe en cada evento.
3. Socializar los beneficios nutricionales y funcionales de la papa, ampliando el conocimiento y cambiando la percepción negativa del consumidor con los diferentes usos de la papa, durante la etapa de expectativa y en el evento "festival gastronómico", así como evaluar los conceptos pre concebidos sobre su consumo.
4. Medir la aceptación de las nuevas recetas a través de la compra de los platos incluidos en cada uno de los menús exclusivos, de cada restaurante, desarrollados en el taller culinario brindado previamente a cada restaurante.

## MARCO LÓGICO

No	OBJETIVO	ACCIONES	METAS	INDICADORES	CUMPLIMIENTO 2016 %	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS
1	Implementar recetas para diferentes momentos del día, desarrolladas por "Pablo el Gurú de la papa" en los restaurantes que cuenten con servicio y menús a la mesa, los cuales, participarán en los festivales gastronómicos del proyecto.	<p>Crear un personaje que será el vocero, representante y embajador de la papa colombiana.</p> <p>Crear 24 recetas de papa que resalte la variedad y bondades nutricionales de la papa, por Pablo el Gurú de la papa.</p>	<p>Crear a Pablo el Gurú de la papa.</p> <p>24 restaurantes con nueva carta diseñada por el proyecto que incluye y resalta las recetas diseñadas y con material de identificación de Pablo el Gurú de la papa.</p>	<p>Contrato de la persona que representará a Pablo el Gurú de la papa.</p> <p>24 restaurantes con carta diseñada por el proyecto adoptando las recetas de Pablo el Gurú de la papa.</p>	100%	Cumplimiento del Contrato.	Contar con un personaje vocero
		<p>4 talleres de preparación de papa.</p>	<p>Enseñar a los chefs de los restaurantes que participen en el evento como preparar platos gourmet a base de papa.</p>	<p>Número de talleres realizados.</p>	100%	Fotos y listado de beneficiarios.	Contar con los asistentes esperados para la realización del taller
2	Evaluar durante cada festival gastronómico la aceptación de las recetas elaboradas por "Pablo el Gurú de la papa" y su posible implementación como compra, preparación, consumo y recomendación por parte del consumidor que participe en cada evento.	<p>Entrega de degustaciones y recetas en cada festival.</p> <p>Diligenciamiento y estudio de encuesta de aceptación de receta y hábitos de consumo</p>	<p>Entrega de 1.800 degustaciones por evento.</p> <p>100% de la muestra seleccionada de las encuestas diligencias por aquellos que reciben la degustación, de acuerdo a la ficha técnica de estudio de mercado.</p>	<p>Número de degustaciones entregadas.</p> <p>Estudio de aceptación de las recetas y de hábitos de consumo realizada por una empresa de investigaciones de mercado.</p>	100%	Fotos y listados de beneficiarios.	Información Disponible
					100%	Estudio de investigación de las recetas y de hábitos de consumo realizada por una empresa de investigaciones de mercado.	Información Disponible

3	<p>Socializar los beneficios nutricionales y funcionales de la papa, ampliando el conocimiento y cambiando la percepción negativa del consumidor con los diferentes usos de la papa, durante la etapa de expectativa y en el evento "festival gastronómico", así como evaluar los conceptos pre concebidos sobre su consumo.</p>	<p>Entrega de recetas con las propiedades nutricionales de la papa a los visitantes a la feria</p>	<p>Entrega de 4.000 recetas con las propiedades nutricionales de la papa a los visitantes a la feria.</p>	<p>Cantidad de material entregado</p>	<p>100%</p>	<p>Fotos y listados de beneficiarios.</p>	<p>Información Disponible</p>
4	<p>Medir la aceptación de las nuevas recetas a través de la compra de los platos incluidos en cada uno de los menús exclusivos, de cada restaurante, desarrollados en el taller culinario brindado previamente a cada restaurante.</p>	<p>Incluir como compromiso del restaurante la entrega de un informe de relación de ventas de los platos con papa, previo a la realización de la actividad y de los dos siguientes meses a la feria gastronómica en la que participó</p>	<p>24 restaurantes con informe de ventas de los platos de papa durante los siguientes dos meses de la actividad, que permiten generar un informe comparativo de las mismas</p>	<p>Numero de restaurantes entregando información</p>	<p>100%</p>	<p>Estudio de ventas de platos con papa comparativo antes y después de la ejecución del proyecto a nivel nacional.</p>	<p>Contar con los restaurantes necesarios.</p>

El FNFP con el fin de evaluar los resultados del proyecto no solamente frente al indicador de gestión, sino de impacto en la convocatoria de los restaurantes más importantes de cada región, se invitó al ciudadano a experimentar nuevas recetas y modos de preparar la papa, en los eventos recibieron información útil para desarrollar una nueva y completa comprensión de los beneficios funcionales del producto.

Se analizaron las siguientes variables a través de encuestas en cada uno de los eventos realizados con pablo “El gurú de la papa” con la participación de 6 restaurantes, en 7 regiones del país:



### **Mercado:**

Generar un mapa del comportamiento del ciudadano de a pie en torno a la compra y consumo de papa.



### **Competencia:**

Analizar la posición competitiva de la PAPA en comparación con otros sustitutos encontrando barreras de adopción presentes en la demanda.



### **Producto:**

Medir el desempeño del evento, generando una bitácora de mejores practicas que permita a FNFP y FEDEPAPA desarrollar aproximaciones BTL asertivas a las necesidades de diferentes audiencias a lo largo del territorio Colombiano.



Infograma de ficha técnica:

## Perfil de entrevistado:

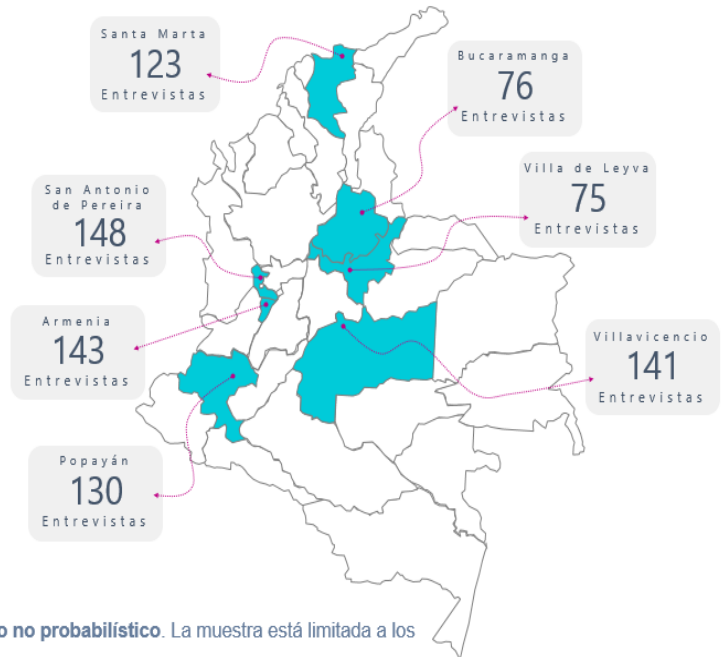
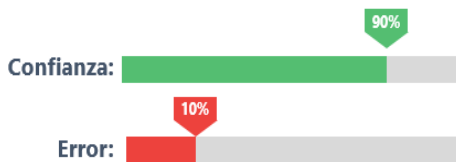
Participantes del evento sin vínculo directo con la producción o la comercialización de papa que aceptaron participar de la entrevista y probaron al menos una receta.

## Metodología:

**Técnica:** Entrevista cara a cara.

**Fecha de campo:** Mayo a Octubre de 2016.

## Parámetros de muestreo:

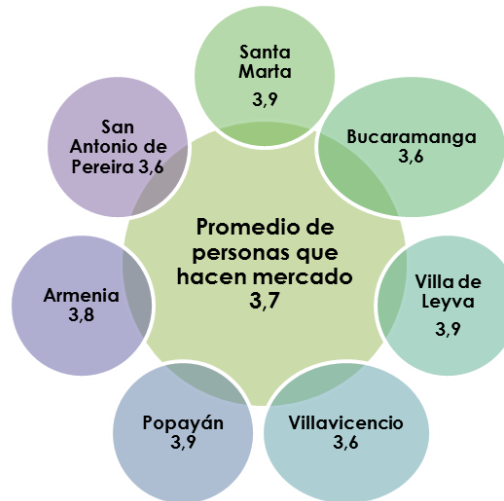


**Muestreo no probabilístico.** La muestra está limitada a los asistentes de los eventos, los resultados no pueden ser extrapolados a toda la población.



## MERCADO Y COMPRA DE ALIMENTOS

Las compras de víveres y alimentos se hacen pensando en las necesidades de al menos 4 personas en el hogar siendo casi una generalidad en las geografías visitadas. Es importante dotar al comprador con mensajes versátiles que permitan el posicionamiento de la PAPA para la satisfacción de tan variado abanico de necesidades y expectativas de consumo.



## BARRERAS IDENTIFICADAS



### Un consumidor sin argumentos.

Cerca del 30% de los entrevistados no saben que tiene de bueno consumir papa.



### Un consumidor elástico.

Los "Fans" (70%) del producto justifican su apego hacia la papa desde argumentos genéricos: "Es rica", mismos que pueden usar hacia cualquier sustituto.



### Contra posicionamiento.

En los distritos paperos, puede haber un rumor social de alta carga química en el producto con un peso en Villa de Leyva del 11%.



### Argumentos claros hacia el NO.

Mientras los argumentos que usan los usuarios para justificar su consumo son vagos y ambiguos, los detractores tienen claros sus argumentos: "engorda" (29%)

## MENSAJES EN EL CONSUMIDOR:



### Un mensaje indiferenciado.

Lo mejor que el consumidor dice de la papa es que es rica y nutritiva pero: ¿Acaso no todo es rico y nutritivo también?.



### Un mensaje que no evoluciona.

El mensaje instaurado en el imaginario del consumidor es el mismo desde la niñez hasta la edad adulta, pero las necesidades y ritos del consumidor evolucionan.



### Un mensaje no adaptativo a la cultura.

El mensaje que deja la papa en todas las regiones es el mismo: "Rico", pero las practicas culturales de compra y uso del producto son diferentes en cada geografía.

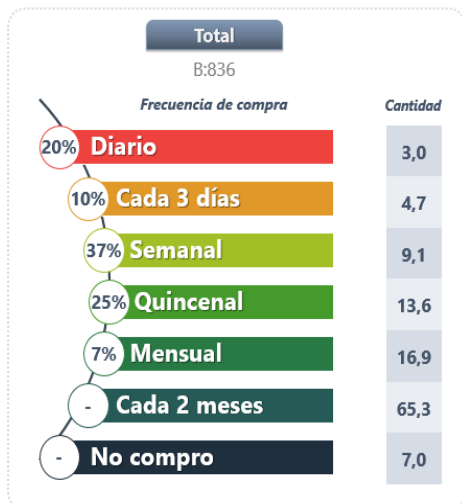


### Un mensaje memorable pero no significativo.

La emotividad negativa detrás del mensaje "La papa engorda" es superior a la emotividad positiva del mensaje "la papa es rica"

## FRECUENCIA DE CONSUMO

El seis por ciento (6%) de los consumidores reporta que la papa sale mala o de baja calidad, esta característica generalmente se encuentra vinculada al canal tradicional (tiendas - supermercados de barrio, y tienda de abastecimiento local) lo que explica que cerca del (67%) de la compra se tienda a hacer en una semana o menos para evitar la sensación de pérdida por pudrición o papas dañadas. Esto va en detrimento del bolsillo del consumidor quien debe comprar en menores cantidades del producto pagando más por libra, reforzando en regiones como Villavicencio una percepción de precio caro. Igualmente, el nivel de consumo diario de Villavicencio y Santa Marta, imponen mayor presión de distribución y dinamismo de canal en comparación con las demás regiones.



2. ¿Con qué frecuencia compra usted papa CRUDA-FRESCA para consumo en su hogar?  
3. Cuándo compra papa CRUDA-FRESCA, ¿Qué cantidad suele comprar?

Villa de Leyva		Villavicencio		San Antonio de Pereira		Popayán		Bucaramanga		Santa Marta		Armenia	
B: 75		141		148		130		76		123		143	
Frecuenc. de compra	Cant. Libras	Frecuenc. de compra	Cant. Libras	Frecuenc. de compra	Cant. Libras	Frecuenc. de compra	Cant. Libras	Frecuenc. de compra	Cant. Libras	Frecuenc. de compra	Cant. Libras	Frecuenc. de compra	Cant. Libras
19%	4,3	32%	2,6	9%	4,2	11%	2,9	13%	5,1	33%	3,3	24%	1,8
9%	7,3	11%	4,0	6%	6,0	13%	5,1	8%	3,3	10%	3,5	13%	4,4
29%	12,6	28%	8,8	35%	13,2	52%	8,8	43%	5,2	33%	7,7	37%	7,9
31%	16,6	25%	14,9	41%	15,9	18%	12,9	28%	13,0	17%	7,8	20%	9,6
11%	29,6	5%	13,3	9%	27,0	4%	9,0	7%	9,2	7%	5,4	6%	11,3
1%	250,0	0%	-	0%	-	1%	1,0	1%	3,0	1%	7,0	0%	-
0%	-	0%	-	0%	-	1%	7,0	0%	-	0%	-	1%	-

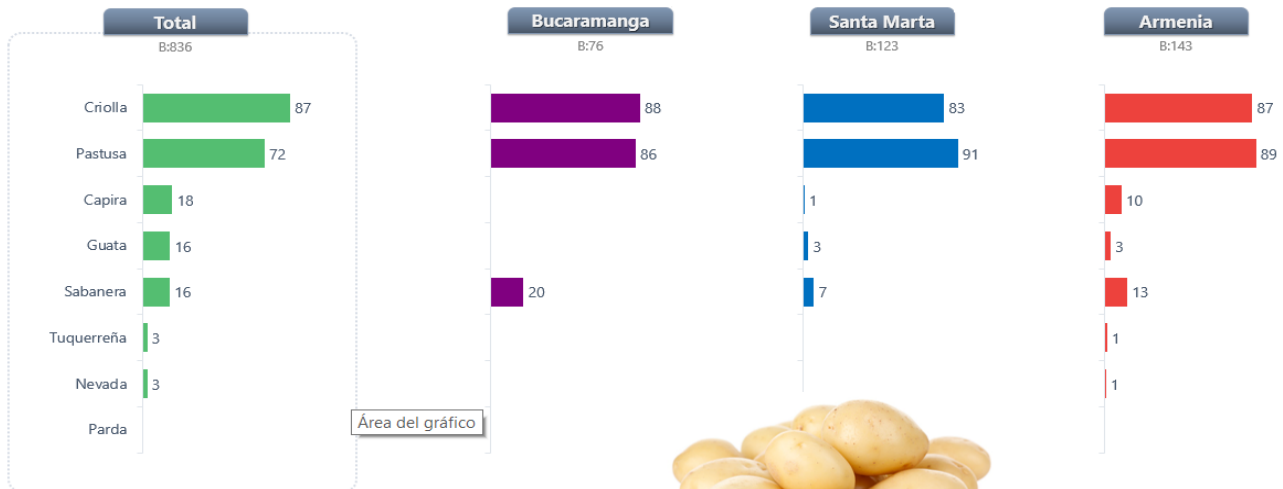
## VARIEDAD DE PAPA

La papa criolla tiene un conjunto de ventajas con relación a otro tipo de variedades y es la simplicidad del ciudadano de a "pie" para localizarla, solo hay una papa criolla y se compra y se usa sin "pierde" pero la papa que sale de esta variedad, cuenta con muchas sub variedades, cada una especializada para preparaciones específicas y el ciudadano cada vez transfiere menos conocimientos de generación en generación sobre cómo elegir y preparar cada una de las variedades existentes. En este proceso, el tendero es un aliado importante para ayudar al ciudadano a elegir la variedad adecuada según el tipo de preparación.

# Informe de Gestión 2016



7. ¿Qué tipo o variedad de papa compra en su casa?



7. ¿Qué tipo o variedad de papa compra en su casa?

Área del gráfico

Puede haber una enorme sensación de pérdida en el consumidor que decide comprar papa para hacer una preparación particular y se equivoca en la tienda llevando la variedad equivocada. Este tipo de aprendizajes generan barreras futuras de adopción al producto bajo una lógica funcional de "Prefiero no comprar a perder lo comprado". Siendo muy importante generar proceso de aprendizaje respecto de las variedades y sus usos diferenciales.

## RECETAS QUE USA

Los hábitos de uso de la papa se decantan principalmente por las variedades ya mencionadas criolla y pastusa y en menor medida por la papa sabanera y la guata, los usos más comunes son sopas, fritas y puré. Son usos que se basan en la tradición culinaria de Colombia, y en usos simples y prácticos de la papa. La simplicidad y la practicidad son características importantes ya que se repiten en las razones de sustitución del producto, como se verá más adelante, en esa medida esas características en el usos deben ser tenidas en cuenta para cualquier estrategia de levantamiento de barreras en el uso, que determinen un impacto duradero en el consumo de papa y en el posicionamiento de esta frente a sus sustitutos.

Según el consumidor, todas las papas sirven prácticamente para lo mismo, pero estamos seguros que no necesariamente es así. Esto revela un producto con muchas variedades y un consumidor muy desinformado que experimentará una complejidad adicional en la compra.

### Pastusa B:600

Fritas	54%
Sopas	36%
Puré	30%
Cocida	15%
Al vapor	5%

### Sabanera B: 147

Salada	31%
Frita	25%
Sopas	16%
Puré	17%
Caldos	9%

### Criolla B:725

Fritas	47%
Sopas	31%
Puré	26%
Cocida	13%
Caldo	6%
Al vapor	4%

### Guata B:135

Sopas	47%
Cocida	33%
Frita	29%
Puré	20%
Salada	19%

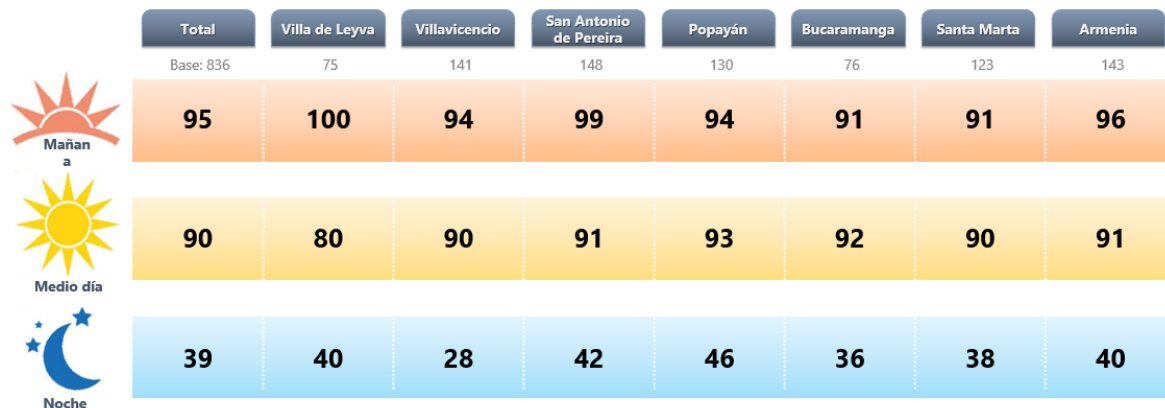


8. ¿En qué recetas usa este tipo de papa?



## MOMENTOS DEL DÍA QUE SE CONSUME

Es curioso encontrar porcentajes de consumo elevados de papa en horas de la mañana. Un análisis exhaustivo permitió encontrar lo siguiente: a. el (33%) de los hogares con más de 4 miembros comen papa en la mañana, b. El (67%) de los hogares con niños también consumen papa en la mañana, c. estos comensales hacen compras quincenalmente, comprando 16 libras o más por compra, por lo que es lógico pensar que necesitan dar uso a su compra evitando perderla por deterioro natural del producto, y que es un alimento tradicional, que se comparte en familia. Tratándose del calentado, es práctico porque se hace con el alimento preparado del día anterior. Posiblemente, la única expresión de preparación práctica de la papa, adicionalmente a esto con buena aceptación cultural: ¡Mañanas de calentao con PAPA!:



## ACOMPAÑAMIENTOS

La muestra evidencia variados modos de consumo de la papa, incluso en la hora de la mañana, donde predomina el arraigo a tradiciones culturales, que es un factor determinante en la elección de los alimentos, donde el 48% de los encuestados refirieron el caldo de papa como la forma de consumo más recurrente. Se resalta la multiplicidad de preparaciones en los diferentes momentos del día, que coincide con los mayores consumos de variedades de papa que presentan características versátiles en su uso (criolla y pastusa), lo que evita la sensación de pérdida al usar una variedad de papa que tenga características muy específicas para una preparación en especial.

**Mañana**  
B:794

Caldo	48%
Calentado	3%
Sopas	5%
Frita / asada	19%
Puré	14%



**Medio día**  
B:754

Sudada	27%
Sopa	35%
Frita	28%
Puré	17%
Salada	25%



**Noche**  
B:323

Frita	41%
Sopa	15%
Caldo	5%
Calentado	6%
Vapor	3%



## SUSTITUTOS

	Total	Villa de Leyva	Villavicencio	San Antonio de Pereira	Popayán	Bucaramanga	Santa Marta	Armenia
Base	836	75	141	148	130	76	123	143
Plátano	39	53	57	31	35	49	6	48
Yuca	38	43	34	39	41	41	28	43
Arroz	17	23	6	14	15	9	36	17
Pasta	8	7	6	6	8	3	24	4
Verduras	7	9	7	7	6	5	7	6
Guatila	7	12	1	13	12	1	9	2
Arracacha	5	4	2	10	8	3	7	1
granos	8	8	2	12	14	7	12	3



15. ¿Con qué producto podría reemplazar la papa?

## CONCLUSIONES - ELECCION DE COMPRA, HÁBITO Y RITO

### TIPOS DE BARRERAS:

Del estudio se evidencian dos tipos de barreras. De una parte, las asociadas al consumo en cuanto a argumentos, elasticidad de la demanda, contra posicionamiento en geografías productoras de papa y argumentos claros hacia el no consumo de papa. De otra parte, constituyen barreras de consumo aquellas relacionadas con el mensaje de comunicación, relativas a la baja profundidad del mensaje, falta de evolución del mensaje, sin diferenciación por cultura y finalmente memorable pero no significativo siendo necesario generar un plan de comunicación por segmentos.

#### **Barreras del Consumo:**

En efecto, en relación con el consumo se destaca que cerca del 30% de los entrevistados no tienen argumento respecto de porque es bueno consumir papa. Igualmente, el apego al producto es genérico y atribuible a cualquier otro producto, lo que hace elástica la demanda de la papa, y susceptible de ser sustituida fácilmente. Acompaña la fragilidad del mensaje el hecho de que los argumentos hacia el no consumo de papa son simples y arraigados en el imaginario de las personas “la papa engorda”.

#### **Barreras del Mensaje:**

La barrera de consumo se apoya en mensajes genéricos asociados al consumo de papa que no contribuyen a la fidelidad en su compra, por cuanto comparte el mensaje con el de cualquier otro producto, más aún si se trata de yuca, plátano, pasta o arroz que son sus principales sustitutos.

Adicionalmente, los niños con promotores de consumo de alimentos en la familia, por preferencia o porque son replicadores de mensajes asociados a nutrición y alimentos saludables, así como, por el hecho de ser el pagador del consumo del futuro, no tiene un mensaje distinto al del adulto, revelando una falta de evolución del mensaje asociado a los atributos del producto necesarios en la alineación de los hábitos y ritos del consumidor con su proceso de elección de compra.

## CONCLUSIONES - RAZONES POSITIVAS EN FUNCIÓN DE LOS ATRIBUTOS

La primera barrera de adopción en las regiones es la baja asociación que el producto tiene a aspectos favorables o beneficios funcionales del mismo. Se estima que cerca de un 24% de las personas no tienen nada bueno que decir de la papa, sumado a un 4% que abiertamente reconocen que la papa no cuenta con nada bueno que ofrecer más un 9% de personas que no saben que decir positivo, aunque su actitud hacia la papa no revela ser abiertamente mala.

Hay un gran 36% de personas que no cuentan con un argumento claro para preferir la papa en opuesto a cualquier otro sustituto en el Mercado, sin argumento no puede haber justificación de compra. La primera ruta estratégica es trabajar en la construcción del "Reason to believe" de la categoría.

Nutricionalmente se debe evaluar si es lógico y cierto hablar de "Carbohidratos Buenos", y si la papa es un representante sólido para este concepto ya que cerca de un 3% de los entrevistados, de manera sostenida, en todas las regiones, manifiestan activamente este concepto y al tener presencia natural en el dialogo de las personas (no se indujo), es posible explotarlo en acciones de comunicación que saquen la papa del terreno de lo "indulgente" para ponerla a competir en el territorio de lo funcional.

Por otro lado, es importante resaltar que los aspectos favorables de la papa, no son revelados por el ciudadano de "a pie" de manera particularmente diferente a como podrían hablar de cualquier sustituto, por ejemplo, se refieren a la papa como "rica", "Buena", "Nutritiva" y que "alimenta" inspirando una pregunta natural ¿No es lo mismo que pueden decir de la yuca, el plátano o la pasta? Es objetivo de la campaña construir el "Reason to believe" no solo alrededor de lo funcional del producto (Carbohidrato bueno), sino en torno a los diferenciales con relación a los sustitutos (Antioxidantes con alto poder desinflamatorio).

## CONCLUSIONES – PREFERENCIAS, PRECIO Y CANAL

En relación con los usos de las distintas variedades, se revela una preferencia en la elección del consumidor asociada a aquellas que son más versátiles respecto de las preparaciones. Por esa razón en canales mayoritariamente usados en la compra (tienda de barrio y mini mercado) el tendero es un aliado determinante para orientar y facilitar

la compra en términos de usos y de propiedades de la papa, asegurando una mejor experiencia en las preparaciones de la papa.

La simplicidad y la practicidad son características importantes ya que se repiten en las razones de sustitución del producto, por esa razón esas características en el uso deben ser tenidas en cuenta para cualquier estrategia de levantamiento de barreras en el uso, que determinen un impacto duradero en el consumo de papa y en el posicionamiento de esta frente a sus sustitutos.

En línea con lo anterior se debe resaltar en general la asociación de papa con las tradiciones y la cultura colombiana, así como la percepción de practicidad y versatilidad en el consumo de la papa que debe acompañar los mensajes de promoción de la compra. Esto implica reconocer la necesidad de mensajes diferenciales entre regiones para promover el consumo y uso del producto en diferentes geografías.

En relación con el precio, de la muestra encuestada se observa que el comprador está en disposición de hacer un mayor esfuerzo presupuestario en su compra en variedades que se perciben más versátiles y comunes en su uso (criolla y pastusa).

Acorde con lo frecuencia de compra y de los canales para satisfacer la demanda, la muestra indica los aliados estratégicos de la superación de barreras soportándose en tenderos, mini mercados y supermercados, que promuevan los atributos de la papa y sus diferentes usos, de manera que se facilite su adopción a través de sugerencia y guía de preparación sencillas, prácticas, fácilmente adaptables, que deben estar orientados a una alimentación sana, nutritiva y alineada con las costumbres de los consumidores.

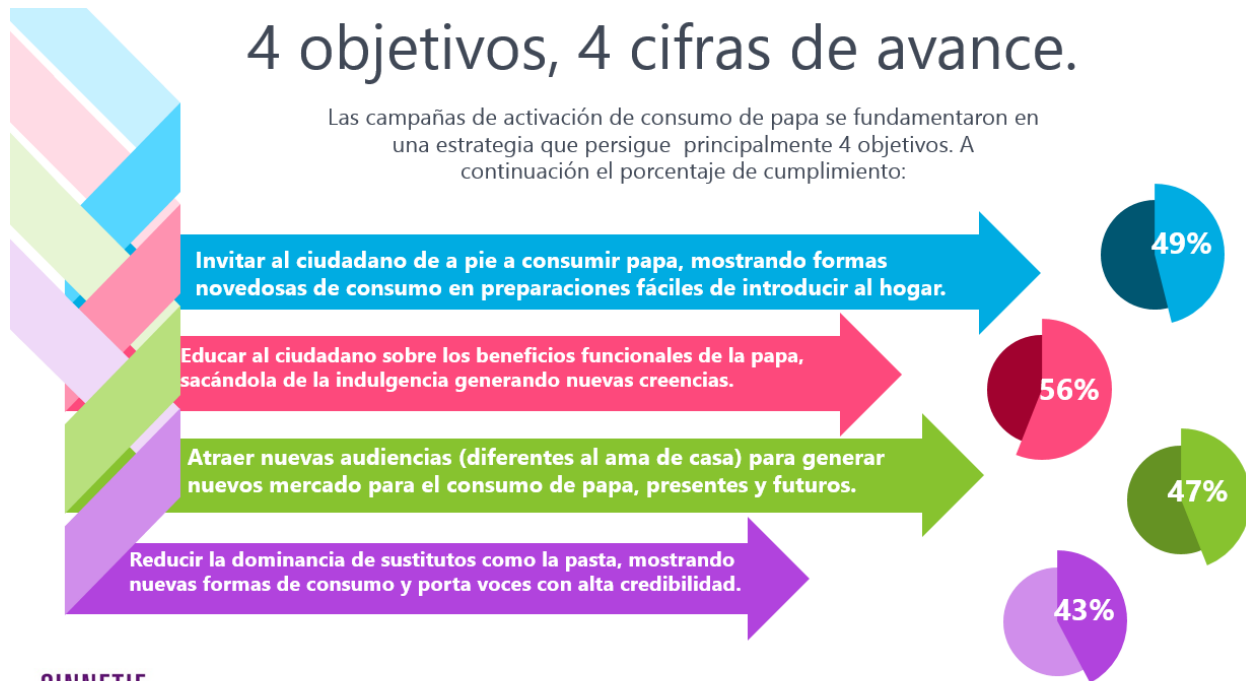
## **DESEMPEÑO DE ACTIVIDADES BTL “PABLO EL GURÚ DE LA PAPA”**

Frente a los objetivos perseguidos en cada uno de los eventos, los encuestados manifestaron el porcentaje de avance frente a los mismos.



## 4 objetivos, 4 cifras de avance.

Las campañas de activación de consumo de papa se fundamentaron en una estrategia que persigue principalmente 4 objetivos. A continuación el porcentaje de cumplimiento:



SINNETIC  
PARTICIPABLE ANALYTICS SOLUTIONS

A continuación, los principales hallazgos:

### Hallazgos:

Hay **recuerdos instrumentales** (el ciudadano reconoce la relevancia de los recetarios, las recetas en vivo y la demostración de preparación) al igual que **recuerdos simbólicos** (el ciudadano se reconecta con el rol de la papa como producto nacional y las diferentes variedades existentes) lo que facilita la construcción de nuevos rituales de consumo.

### Hallazgos:

Persiste la creencia indulgente de la papa por el hábito de consumo más atractivo para el usuario final (papa frita), las barreras de adopción sobre la cantidad de harina, el potencial de incremento de peso se mantiene, pese a esto, los eventos logran sembrar nuevas visiones como poder nutricional, poder anti oxidante y poder des inflamatorio.

### Hallazgos:

Los eventos logran atraer un 31% de hombres y 49% de personas menores de 45 años; aunque estas cifras son positivas e indican cumplimiento, es necesario buscar otras alternativas que atraigan personas más jóvenes y a hombres como nuevos mercados de expansión de consumo.

### Hallazgos:

El sustituto más resistente es la pasta, por su practicidad, costo, rendimiento y poder nutritivo. Es necesario visualizar el rol de este oponente de consumo al igual que el rol del arroz como competidor agrícola directo. Inspira la sustitución de otros productos agrícolas frescos pero no de productos industriales



## CONCLUSIONES

Las actividades de fomento de consumo de papa a manera de eventos BTL conforme se han desarrollado hasta el momento, han sido eficientes para el cumplimiento gradual de todos los objetivos hasta ahora propuestos.

Se resalta la capacidad de los eventos para abrir la creatividad de los consumidores ante nuevas formas de consumir papa al igual que el posicionamiento que el evento proporciona a las características funcionales del producto (nutrición, anti-oxidante y anti-inflamatorio).

## RECOMENDACIONES

Los eventos, aun necesitan ser repensados creativamente para atraer la atención de grupos diferentes al ama de casa, particularmente gente joven ya que de ellos vendrá el consumo futuro.

De igual forma, los restaurantes consideraron que el hecho de haber participado del evento, les daba posición y garantía para cobrar más por su producto. El hallazgo es que el consumidor no justifica precios altos para un producto a base de papa por lo que se genera baja adopción de las propuestas.

Curiosamente, el uso de iconos graciosos conecta emotivamente al consumidor con el producto, los títeres gigantes en forma de papa, han gozado de gran aceptación en niños y adultos, inclusive generando argumentos de viralización de selfies por redes sociales lo que constituye un hallazgo ejecucional explotable en las propuestas de futuros eventos.

Se recomienda vincular al tendero y distribuidor ya que son parte vital de la cadena, los usuarios reportan que la razón de no sustitución es porque no se encuentra buena papa en la tienda.

## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ITEM	PPTO 2016	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>50.712.000</b>	<b>50.712.000</b>	<b>100,00%</b>
Honorarios	50.712.000	50.712.000	100,00%
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>521.376.480</b>	<b>519.027.227</b>	<b>99,55%</b>
<b>MATERIALES Y SUMINISTROS</b>	<b>122.774.400</b>	<b>122.774.400</b>	<b>100,00%</b>
<b>VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE</b>	<b>43.287.200</b>	<b>41.564.416</b>	<b>96,02%</b>
<b>CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN</b>	<b>327.706.880</b>	<b>327.080.411</b>	<b>99,81%</b>
<b>TRANSPORTES, FLETES Y ACARREOS</b>	<b>27.608.000</b>	<b>27.608.000</b>	<b>100,00%</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>572.088.480</b>	<b>569.739.227</b>	<b>99,59%</b>

El proyecto cumplió con un porcentaje superior al 100% en la ejecución técnica con una eficiencia del recurso invirtiendo el 99.59%, reflejado en el rubro de viáticos y gastos de viaje.

## PROYECTO: PLAN ESTRATEGICO DE CONSUMO

**Objetivo:** Formular a través de la contratación de una empresa especialista, un Plan Estratégico de Mercadeo para el Programa Nacional de Promoción al Consumo de Papa a ejecutar durante los años 2017 al 2021 con el objetivo de incrementar el consumo *per cápita* de Papa colombiana en fresco, con base en una apropiación total de SEIS MIL MILLONES DE PESOS (\$6.000.000.000) para los cinco (5) años.

Para tal fin, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa, realizó convocatoria abierta publicada en los diferentes medios de comunicación con los que cuenta el administrador, presentándose 8 propuestas de las cuales cumplieron todos los requisitos de los términos: 4 agencias: Arena Communications Colombia S.A.S., Marketing, Procesos y Gestión S.A.- Maproges, Geometry Global Colombia S.A.S y On Brand Integrated Marketing Agency; y 4 agencias que no cumplieron: Game & Asociados, Compañía Colombiana de Medios y Publicidad SAS, Stratege Juan Arjona y Newlink.

La Junta Directiva realizó el proceso de calificación con base en los términos de referencia, eligiendo a Geometry Global, agencia con mayor puntuación y amplio reconocimiento a nivel nacional en especial en consumo masivo.

Geometry Global, inicio el proceso de conocimiento del sector de la papa, y entrevistas en profundidad y en campo con el fin de contar con un estado del arte y análisis del consumo de papa en el país y de esta manera generar el plan estratégico. En este sentido, se abordaron los diferentes sujetos de la cadena agroalimentaria como lo fue: el Consejo Nacional de la Papa, consumidores en las principales ciudades y diferentes segmentos, nutricionistas, dietistas, zonas de producción en Cundinamarca y Boyacá, Centrales de Abastos y acopio en Pasca y Villapinzón.

En cada uno de los procesos de investigación, participaron de manera activa de acuerdo a cada eslabón: productores, universidades, empresas de empaque, comercializadores, intermediarios, consumidores, chefs, nutricionistas, entidades de economía mixta y estatal.

El 14 y 28 de diciembre de 2016 en sesión de Junta Directiva del Fondo Nacional de Fomento de la Papa, se realizó la presentación del Plan Estratégico de Mercadeo para el Programa Nacional de Promoción al Consumo de Papa a ejecutar durante los años 2017 al 2021. Sin embargo, dada la importancia,

profundidad y recomendaciones al mismo, se realizará nuevas sesiones extraordinarias para presentación y aprobación en el mes de enero de 2017, sin embargo, a continuación, mostramos los avances en la propuesta del plan estratégico:

## MODELO GLOBAL PARA ENCONTRAR SOLUCIONES



## ACTIVIDADES

■ ■  
geometry global  
■



Entrevistas en profundidad.



Análisis de los diferentes sujetos de la cadena agroalimentaria.



Participación de cada eslabón de la cadena en los procesos de investigación.



Presentación del Plan Estratégico de Mercadeo para el Programa Nacional de Promoción al Consumo de Papa a ejecutar durante los años 2017 al 2021.

## RETO DEL PLAN DE ACCION

Cambio necesario en la percepción asociada al consumo de papa.



## PRINCIPALES RESULTADOS

### Desafío único

Comprometer a los colombianos a alimentar mejor el futuro del país: (Vida saludable e Impacto social), incluyendo más preparaciones al día donde puedan descubrir los sabores de PAPA COLOMBIA y sus variedades.

Que quienes sienten que es necesario darle una mano al campo colombiano entiendan que lo logran probando una receta nueva al día o enseñando una a alguien más.

Incrementar el consumo femenino entre los 18 y 40 será una evidencia de que lo estamos logrando, Así como escuchar que declaran tras encontrar nuestros puntos de contacto: "Una papa en el plato (con cáscara) me hace bien a mí y al campo"

## EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ITEM	PPTO 2016	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	<b>80.000.000</b>	<b>74.998.640</b>	<b>93,75%</b>
<b>Honorarios</b>	<b>80.000.000</b>	<b>74.998.640</b>	<b>93,75%</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>80.000.000</b>	<b>74.998.640</b>	<b>93,75%</b>

El valor asignado por la Junta Directiva para la agencia a elegir correspondía a un máximo de \$80.000.0000. Sin embargo, la oferta elegida fue de un menor valor al máximo aprobado con un 93,75% de ejecución.



## **IX. 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.

## X. CONTRATACIONES Y SEGUROS

Con corte al 31 de diciembre de 2016, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa ha celebrado los siguientes contratos:

No.	OBJETO	VALOR INICIAL DEL CONTRATO	CONTRATISTA	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN	% AVANCE
32	Prestación de Servicios Profesionales de Auditoría Interna de Acuerdo el Decreto 2025 de 1996 para El Fondo Nacional de Fomento de la Papa	\$44.730.000	Elvis Elizabeth Batalla Urbay	2016/01/04	2016/12/30	100
34	Prestación de Servicios Profesionales de Supervisión del Proyecto de Asistencia Técnica denominado Núcleos Progresivos de Asistencia Técnica	\$53.550.000	Yamith Ernesto Burgos Ávila	2016/01/04	2016/12/30	100
35	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios Pasto, Tangua, Guaitarilla, Yacuanquer, Contadero en el departamento de Nariño	\$28.000.000	Verónica Vanessa Rosero Lombana	2016/03/01	2016/10/31	100
36	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios de Güicán, Cocuy, Chiscas, Paqueva, La Uvita, El Espino y San Mateo departamento de Boyacá	\$28.000.000	Nubia Yaneth Rojas Gómez	2016/03/01	2016/10/31	100
37	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios Chitaga, Pamplona, Cerrito, Silos y Tona departamento de Santander y Norte de Santander	\$28.000.000	Jaime Darío Pérez Soler	2016/03/01	2016/10/31	100
38	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios Manizales, Villa María, Santa Isabel, Herrero, Casablanca y Cajamarca, departamento de Caldas y Tolima	\$28.000.000	Cesar Augusto Quintana García	2016/03/01	2016/10/31	100
39	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios de Uña, Chipaque, Ubaque, Fosca, Gutiérrez, Choachi y Usme en el Departamento de Cundinamarca	\$28.000.000	Gustavo Gil Rubiano	2016/03/01	2016/10/31	100
40	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios Túquerres, Ospina, Sapuyes, Guachucal y	\$28.000.000	Jesús Javier López Solarte	2016/03/01	2016/10/31	100

# Informe de Gestión 2016

No.	OBJETO	VALOR INICIAL DEL CONTRATO	CONTRATISTA	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN	% AVANCE
	Cumbal en el departamento de Nariño					
41	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios de San Vicente, Santuario, Marinilla y Guarne departamento de Antioquia	\$28.000.000	Arlex Enrique Valencia Londoño	2016/03/01	2016/10/31	100
42	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios de La Unión, Sonsón, Abejorral, Carmen De Viboral, Marinilla, departamento de Antioquia	\$28.000.000	Wilmar Colorado Villa	2016/03/01	2016/10/31	100
43	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios Ipiales, Aldana, Pupiales, Gualmatan, Potosí y Carlosama en el departamento de Nariño	\$28.000.000	Mauricio Orlando Sarchi Pinchao	2016/03/01	2016/10/31	100
44	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios Tutazá, Belén, Santa Rosa de Viterbo, Duitama, Paipa, Sogamoso, Tota, Cuitiva, Iza, Firavitoba, Pesca, Monguí, Tópaga, Aquitania departamento de Boyacá	\$28.000.000	Liliana Patricia Figueroa Moyano	2016/03/01	2016/10/31	100
45	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios de Ventaquemada, Samacá, Boyacá, Umbita, Turmequé, Jenesano, Ciénaga, Toca, Siachoque, Soracá, Virachara Tunja, departamento de Boyacá	\$28.000.000	Roger Camilo Niño Medina	2016/03/01	2016/10/31	100
46	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios de Ventaquemada, Combita, Motavita, Arcabuco, Chiquiza, San Pedro de Iguaque, Villa de Leyva, Cucaita, Sora, Sotaquirá, Caldas, Saboyá, Chiquinquirá departamento de Boyacá	\$28.000.000	Segundo Fidel Salazar González	2016/03/01	2016/10/31	100
48	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios de Cauca, Popayán, Totoró, Paletará, Silvia departamento del Cauca	\$28.000.000	William Alexander Muñoz Quiñones	2016/03/01	2016/10/31	100

# Informe de Gestión 2016

No.	OBJETO	VALOR INICIAL DEL CONTRATO	CONTRATISTA	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN	% AVANCE
50	Prestación de Servicio de Asistencia Técnica en los municipios de Chocontá, Macheta, Villapinzón, Tibirita y Suesca departamento de Cundinamarca	\$27.183.333	María Nubia Reyes Alvarado	2016/03/07	2016/10/31	100
51	Venta de 240 Bultos de Semilla Certificada ICA Parda Pastusa	\$13.200.000	Federación Colombiana de Productores de Papa	2016/04/15	2016/04/30	100
52	Venta de 345 Bultos de Semilla Certificada ICA Diacol Capiro	\$27.650.025	Inversiones Rodríguez Ruiz R-R SAS	2016/04/13	2016/04/29	100
53	Prestación de Servicios de Asistencia Técnica en los municipios de Zipaquirá, Cajicá, Nemocon, Cogua, San Cayetano, Carmen de Carupa, Tausa, Susa, Sutatausa, Ubate, Cucunubá, Fuquene, Guacheta, Simijaca departamento de Cundinamarca	\$28.000.000	Edwin Javier Quintana Rincón	2016/04/18	2016/11/17	100
54	Prestación de Servicios de Asistencia Técnica en los municipios de Granada, Pasca, Sibaté, Soacha, San Juan de Sumapaz, del departamento de Cundinamarca	\$28.000.000	Sandra Milena Reyes Rodríguez	2016/04/18	2016/11/17	100
55	Prestación de Servicio de Análisis de Suelos de 80 Muestras	\$8.800.000	AGRILAB Laboratorios SAS	2016/04/18	2016/07/29	100
56	Prestación de Servicio Asociativo, Planes de Negocio, Ejecución de Los Mismos, Ruedas de Negocio a Siete Asociaciones del Sector Papa a Nivel Nacional	\$39.200.000	Cesar Augusto Rodríguez Barbosa	2016/05/02	2016/12/30	100
57	Prestar de Servicio de Fortalecimiento Asociativo, Planes de Negocio, Ejecución de los mismos, Ruedas de Negocio y Ejecución de los mismos en Siete Asociaciones del Sector Papa a Nivel Nacional	\$16.800.000	Beatriz Helena Hincapié Rojas	2016/05/02	2016/12/30	100
58	Comodato: Entrega De Un GPS marca Garmin ETREX - Vista Hcx	\$0	Mauricio Orlando Sarchi Pinchao	2016/05/18	2016/10/31	100
59	Comodato: Entrega De Un GPS marca Garmin ETREX - Vista Hcx	\$0	William Alexander Muñoz Quiñones	2016/05/18	2016/10/31	100

# Informe de Gestión 2016

No.	OBJETO	VALOR INICIAL DEL CONTRATO	CONTRATISTA	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN	% AVANCE
60	Prestación de Servicios Publicitarios para Ejecutar la Estrategia y Plan de Medios para la Campaña Publicitaria Enmarcada en el Proyecto Denominado Estrategias para Generar Nuevos Momentos y Formas de Consumo de Papa en Fresco	\$305.217.280	La Agencia Colombia SAS	2016/05/18	2016/10/30	100
61	Prestar el Servicio de Personificación e Interpretación del Personaje Establecido Pablo El Gurú de la Papa	\$18.000.000	Leonel Armando Jaramillo Sanabria	2016/05/15	2016/11/15	100
62	Prestación de Servicios en Estudio de Mercado de Las Ferias Gastronómicas en las que Estará Presente Pablo El Gurú de la Papa	\$30.000.000	Sinnetic SAS	2016/05/28	2016/11/15	100
63	Prestación de Servicios de Asistencia Técnica en los municipios de Pasto, Tangua, Guaitarilla, Yacuanquer, en el departamento de Nariño	\$17.500.000	Zayda Emily Vallejo Rojas	2016/06/01	2016/10/31	100
64	Prestación de Servicios de Asistencia Técnica en los municipios de Chocontá, Macheta, Tibirita, Villa Pinzón Suesca en el departamento de Cundinamarca	\$17.500.000	Zulma Yaneth García Martínez	2016/06/01	2016/10/31	100
65	Prestación de Servicios como Interventora Financiera y Contable de los Recursos Asignados del Proyecto Núcleos Progresivos de Asistencia Técnica	\$7.000.000	Jenny Cristina Méndez Velásquez	2016/06/01	2016/12/31	100
66	Prestación de Servicios como Auditor Interno del Fondo Nacional de Fomento de la Papa, teniendo en cuenta el Decreto 2025 de 1996	\$24.901.333	Sociedad Logística, Contable y Administrativa SAS - LOGISCONT	2016/06/27	2017/03/31	80
67	Venta de 81 Vallas Publicitarias de 2x3.16 con huecos para asegurar con tornillos altura 3 Mts	\$36.045.000	Diana Rojas Narváez	2016/06/15	2016/06/30	100
68	Prestar servicio de asistencia técnica en los municipios de Chiscas, El Cocuy, La Uvita, San Mateo, Panqueba y el Espino departamento de Boyacá para un total de 55 beneficiarios.	\$21.000.000	Jorge Augusto Vásquez González	2016/07/01	2016/12/30	100

# Informe de Gestión 2016

No.	OBJETO	VALOR INICIAL DEL CONTRATO	CONTRATISTA	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN	% AVANCE
69	Comodato: Entrega De Un GPS marca Garmin ETREX - Vista Hcx.	\$0	Zulma Yaneth García Martínez	2016/07/16	2016/11/17	100
70	Prestar el servicio de asistencia técnica en los municipios de Chipaque, Ubaque, Une, Fosca, Gutiérrez, Choachi, Usme, departamento de Cundinamarca para un total de 55 beneficiarios.	\$19.016.667	Fredy Orlando Marentes Bello	2016/07/18	2016/12/30	100
72	Prestar el servicio de diseñar e imprimir cinco mil (5000) Cartillas.	\$35.000.000	Néstor Chaparro Bermúdez	2016/09/26	2016/10/31	100
73	Compra de 300 bultos de semilla certificada ICA, de la variedad Criolla, categoría certificada.	\$21.000.000	PLANTAR	2016/08/25	2016/09/07	100
024	Estudio "La Política Agrícola Colombiana en el Contexto Internacional"	\$44.718.000	SAC	2016/07/18	2016/10/30	100
75	La formulación de un plan estratégico de mercadeo para el programa Nacional de Promoción al Consumo de Papa.	\$74.998.640	Geometry	2016/11/01	2017/01/31	90
76	Compra de 225 bultos de semilla certificada ICA, de la variedad Diacol Capiro.	\$15.075.000	Carlos Fernando Alvarado Parra	2016/12/14	2016/12/20	100
77	Venta de Semilla: Cantidad: 185 Bultos. Variedad patusa suprema, certificada.	\$10.175.000	FEDEPAPA	2016/12/26	2016/12/30	100
78	Compra de 50 bultos de semilla certificada ICA, de la variedad CRIOLLA, categoría certificada y compra de 375 bultos de semilla certificada ICA, de la variedad DIACOL CAPIRO categoría certificada.	\$25.500.000	PLANTAR	2016/12/12	2016/12/30	100
09-FL	Estudio sobre Formalización Laboral.	\$10.000.000	SAC	2016/10/10	2016/12/30	100



## IX. ACTIVOS

Con corte al 31 de diciembre de 2016, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa adquirido los siguientes activos:

Cifras en pesos

FECHA	DENOMINACIÓN DEL ACTIVO FIJO	CANTIDAD ACTIVOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
13/01/2016	ESCRITORIO EN L	3	\$ 706.440	\$ 2.119.320
13/01/2016	SILLA GERENTE YARCA	3	\$ 327.120	\$ 981.360
15/03/2016	ESTANTERIA LIVIANA DIM 2.00*90*40	12	\$ 3.340.800	\$ 3.340.800
15/03/2016	ESTANTERIA LIVIANA DIM 2.00*90*30	9	\$ 2.505.600	\$ 2.505.600
31/03/2016	ARCHIVADOR VERTICAL 1 DE ALTO X 0.60 FONX 0.48	2	\$ 452.052	\$ 904.104
31/03/2016	ARCHIVADOR HORIZONTAL 1.05 X 0.47 S 0.90	1	\$ 637.362	\$ 637.362
31/03/2016	ARCHIVADOR 1.1 X 0.72 X 0.38	1	\$ 239.076	\$ 239.076
31/01/2016	TODO EN UNO LENOVO C5030	3	\$ 1.830.000	\$ 5.490.000
31/01/2016	PORTATIL LENOVO Z4070 SN YB09109995	2	\$ 1.600.000	\$ 3.200.000
31/03/2016	OFF365 BUSINESS OP SHRDSVR J29-00003- 1	1	\$ 313.797	\$ 313.797
31/03/2016	OFF365 BUSINESS OP SHRDSVR J29-00003 - 2	4	\$ 313.798	\$ 1.255.192
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>				<b>\$20.986.611</b>

## **X. REUNIONES JUNTA DIRECTIVA**

Durante lo corrido del primer semestre se llevaron a cabo seis reuniones de Junta Directiva del Fondo Nacional de Fomento de la Papa, mediante Actas No. 06 del 6 de abril de 2016, No. 07 del 16 de mayo de 2016, No. 08 del 15 de junio de 2016, No. 09 del 06 de octubre de 2016, No. 10 del 14 de diciembre de 2016 y No 11 del 28 de diciembre de 2016 dando cumplimiento así con lo normado. En éstas actas queda consagrado los temas tratados en cada una de las reuniones, tales como, aprobaciones y compromisos adquiridos por el administrador del fondo. Las actas No. 07 del 16 de mayo de 2016 y No 11 del 28 de diciembre de 2016 se realizaron de carácter extraordinario.

## **XI. ENTIDADES DE CONTROL**

### **CONTADURIA GENERAL DE LA NACIÓN**

El 29 de abril de 2016, el 30 de junio de 2016 y el 30 de septiembre de 2016 se presentó Información Contable Pública de los formularios CGN2005 001 Saldos y Movimientos, CGN2005 002 Operaciones Recíprocas y CGN2005 003NE Notas de Carácter Específico.

### **CONTRALORIA GENERAL DE LA REPÚBLICA**

De forma trimestral se debe presentar la categoría CGR – PRESUPUESTAL la cual quedó habilitada para su presentación a partir del tercer trimestre de 2016. De esta manera se rindió la siguiente información:

- Programación de Ingreso – Julio, Agosto y Septiembre de 2016
- Programación de Gastos – Julio, Agosto y Septiembre de 2016
- Ejecución de Ingresos – Julio, Agosto y Septiembre de 2016
- Ejecución de Gastos – Julio, Agosto y Septiembre de 2016

### **SIRECI**


De forma trimestral se presentaron los informes de gestión contractual mediante este aplicativo, de acuerdo a las claves suministradas; siendo la última entrega con corte a 30 de septiembre de 2016.

## **XII. ESTADOS FINANCIEROS**




Dando cumplimiento a la normatividad, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa presenta los estados financieros debidamente verificados por la Auditoría Interna, correspondientes a la vigencia de 2016, los cuáles serán sujetos de aprobación por parte de la Junta Directiva en sesión del mes de marzo del 2017.

# Informe de Gestión 2016



 <b>FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA - FNEP</b> <b>BALANCE GENERAL A 31 DE DICIEMBRE DE 2016 VS 30 DE DICIEMBRE DE 2015</b> (en pesos)					
ACTIVO	NOTA	DICIEMBRE 31/2016	DICIEMBRE 31/2015	VARIAC. ABSOLUTA	VARIACION %
<b>EFFECTIVO</b>	<b>3</b>	<b>1.617.597.769</b>	<b>1.507.972.754</b>	<b>109.625.015</b>	<b>7,27%</b>
BANCOS Y CORPORACIONES FINANCIERAS		1.617.597.769	1.507.972.754	109.625.015	7,27%
<b>INVERSIONES</b>	<b>4</b>	<b>1.600.000.000</b>	<b>-</b>	<b>1.600.000.000</b>	<b>100%</b>
CERTIFICADOS DE DEPOSITO A TERMINO		1.600.000.000	-	1.600.000.000	100%
<b>DEUDORES</b>	<b>5</b>	<b>672.572</b>	<b>-</b>	<b>672.572</b>	<b>100%</b>
OTROS DEUDORES		672.572	-	672.572	100%
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>6</b>	<b>30.256.336</b>	<b>16.695.218</b>	<b>13.561.118</b>	<b>81,23%</b>
MUEBLES, ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA		13.925.394	3.197.772	10.727.622	335,47%
EQUIPO DE COMUNICACION Y COMPUTACION		24.126.560	15.436.560	8.690.000	56,29%
DEPRECIACION ACUMULADA		(7.795.618)	(1.939.114)	(5.856.504)	302,02%
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>7</b>	<b>-</b>	<b>2.654.082</b>	<b>(2.654.082)</b>	<b>-100,00%</b>
INTANGIBLES		4.631.389	3.062.400	1.568.989	51,23%
AMORTIZACION ACUMULADA DE INTANGIBLES		(4.631.389)	(408.318)	(4.223.071)	1034,26%
<b>TOTAL PARA EL ACTIVO</b>		<b>3.248.526.677</b>	<b>1.527.322.054</b>	<b>1.721.204.623</b>	<b>112,69%</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>CUENTAS POR PAGAR</b>	<b>8</b>	<b>339.285.108</b>	<b>139.374.102</b>	<b>199.911.006</b>	<b>143,43%</b>
ADQUISICION DE BIENES Y SERVICIOS NACIONALES		313.031.473	132.236.723	180.794.750	136,72%
ACREEDORES		10.163.700	4.720.700	5.443.000	115,30%
RETENCION EN LA FUENTE E IMPUESTOS		16.089.935	1.247.488	14.842.447	1189,79%
RETENCION DE IMPUESTO ICA POR PAGAR		-	1.169.191	(1.169.191)	
<b>OBLIGACIONES LABORALES</b>	<b>9</b>	<b>-</b>	<b>303.000</b>	<b>(303.000)</b>	<b>-100,00%</b>
SALARIOS Y PRESTACIONES SOCIALES		-	303.000	(303.000)	-100,00%
<b>OTROS PASIVOS</b>		<b>1.531.593</b>	<b>-</b>	<b>1.531.593</b>	<b>100%</b>
RECAUDOS A FAVOR DE TERCEROS		1.531.593	-	1.531.593	100%
<b>TOTAL PARA EL PASIVO</b>		<b>340.816.701</b>	<b>139.677.102</b>	<b>201.139.599</b>	<b>144,00%</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
<b>PATRIMONIO INSTITUCIONAL</b>					
RESULTADOS DE EJER. ANTERIORES		1.387.644.952	-	1.387.644.952	100%
EXCEDENTES		1.520.065.024	1.387.644.952		
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>2.907.709.976</b>	<b>1.387.644.952</b>	<b>1.520.065.024</b>	<b>109,54%</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>3.248.526.677</b>	<b>1.527.322.054</b>	<b>1.721.204.623</b>	<b>112,69%</b>

 <b>PAULA GARRAVITO GUARÍN</b> Representante Legal Fondo Nacional de Fomento de la Papa	 <b>LUZ MARÍA RINCÓN CALVO</b> Contador Público T.P. No. 40539-T	 <b>OSCAR ALFREDO LOPEZ CARDENAS</b> Auditor interno T.P.No. 73113-T <b>LOGISCONT SAS. TR-2213</b>
---	--	---



# Informe de Gestión 2016



<b>FAFP</b> FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA					
FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA - FNFP ESTADO DE ACTIVIDAD FINANCIERA, ECONÓMICA Y SOCIAL A 31 DE DICIEMBRE DE 2016 VS 31 DE DICIEMBRE DE 2015 (en pesos)					
	NOTA	DICIEMBRE 31/2016	DICIEMBRE 31/2015	VARIAC. ABSOLUTA	VARIACION %
<b>INGRESOS</b>		<b>4.389.603.131</b>	<b>2.448.087.442</b>	<b>1.941.515.689</b>	<b>79,31%</b>
<b>INGRESOS FISCALES</b>	<b>10</b>	<b>4.062.031.200</b>	<b>2.444.844.794</b>	<b>1.617.186.406</b>	<b>66,15%</b>
CUOTA DE FOMENTO		4.061.226.267	2.444.844.794	1.616.381.473	66,11%
CUOTA FOMENTO VIGENCIAS ANTERIORES		804.933	-	804.933	100%
<b>OTROS INGRESOS</b>	<b>11</b>	<b>327.571.931</b>	<b>3.242.648</b>	<b>324.329.283</b>	<b>10001,99%</b>
FINANCIEROS		52.763.704	3.211.405	49.552.299	1543,01%
EXTRAORDINARIOS		274.808.227	31.243	274.776.984	879483,35%
<b>GASTOS</b>	<b>12</b>	<b>2.869.538.107</b>	<b>1.060.442.490</b>	<b>1.809.095.617</b>	<b>170,60%</b>
<b>ADMINISTRACION</b>		<b>1.810.860.212</b>	<b>663.309.046</b>	<b>1.147.551.166</b>	<b>173,00%</b>
SUELDOS Y SALARIOS		277.759.849	119.238.446	158.521.403	132,94%
HONORARIOS		891.807.305	477.216.667	414.590.638	86,88%
CAPACITACION Y DIVULGACION		568.100.217	36.789.436	531.310.781	1444,19%
CONTRIBUCIONES IMPUTADAS		2.861.007	226.666	2.634.341	1162,21%
CONTRIBUCIONES EFECTIVAS		58.615.734	24.951.731	33.664.003	134,92%
APORTES SOBRE NOMINAS		11.716.100	4.886.100	6.830.000	139,78%
<b>GENERALES</b>		<b>1.029.415.185</b>	<b>389.244.701</b>	<b>640.170.484</b>	<b>164,46%</b>
ESTUDIOS Y PROYECTOS		132.684.025	59.642.500	73.041.525	122,47%
MATERIALES Y SUMINISTROS		208.264.780	9.055.766	199.209.014	2199,80%
SERVICIOS PUBLICOS		7.536.000	2.900.000	4.636.000	159,86%
ARRENDAMIENTOS		15.600.000	4.500.000	11.100.000	246,67%
VIATICOS Y GASTOS DE VIAJE		163.401.076	53.181.496	110.219.580	207,25%
IMPRESOS		35.000.000	-	35.000.000	100%
COMUNICACIONES Y TRANSPORTE		34.525.601	1.564.900	32.960.701	2106,25%
JUNTA DIRECTIVA		19.337.834	9.217.960	10.119.874	109,78%
CONTRATOS DE ADMINISTRACION		406.203.099	244.484.479	161.718.620	66,15%
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA		3.084.650	4.697.600	(1.612.950)	-34,34%
COMPRA DE BASES DE DATOS		3.778.120	-	3.778.120	100%
<b>IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y TASAS</b>		<b>14.980.563</b>	<b>4.381.772</b>	<b>10.598.791</b>	<b>241,88%</b>
CUOTA DE FISCALIZACION Y AUDITAJE		4.285.479	603.116	3.682.363	610,56%
GRAVAMEN A LOS MOVIMIENTOS FINANCIEROS		10.695.084	3.778.656	6.916.428	183,04%
<b>PROVISIONES, AGOTAMIENTO, DEPRECIACIONES</b>		<b>10.079.575</b>	<b>2.347.432</b>	<b>7.732.143</b>	<b>329,39%</b>
DEPRECIACION DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		5.856.504	1.939.114	3.917.390	202,02%
AMORTIZACION DE INTANGIBLES		4.223.071	408.318	3.814.753	934,26%
<b>OTROS GASTOS</b>		<b>4.202.572</b>	<b>1.159.539</b>	<b>3.043.033</b>	<b>262,43%</b>
COMISIONES Y OTROS GASTOS BANCARIOS		4.201.973	1.104.928	3.097.045	280,29%
EXTRAORDINARIOS		599	54.611	(54.012)	-98,90%
<b>UTILIDAD O EXCEDENTE DEL EJERCICIO</b>		<b>1.520.065.024</b>	<b>1.387.644.952</b>	<b>132.420.072</b>	<b>9,54%</b>

**PAULA KARAVITO GUARÍN**  
 Representante Legal  
 Fondo Nacional de Fomento de la Papa

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

**OSCAR ALFREDO LÓPEZ CÁRDENAS**  
 Auditor Interno Delegado  
 T.P.No. 73113-T  
 LOGISCONT SAS. TR-2213





## FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA

### NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 DE DICIEMBRE DE 2016

#### NOTA 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.

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 exportador actúan como recaudador; 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.

#### NOTA 2 PRINCIPALES POLITICAS 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 4444 del 21 de noviembre de 1995 y 377 del 2004, 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**

Comprende el disponible, esto es el efectivo en los bancos. Al 31 de diciembre de 2016, no hay caja conformada.

#### **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, 10 años; Equipo de Comunicación y Cómputo, 5 años.

#### **Otros Activos**

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

#### **Obligaciones Laborales**

Para la vigencia el año 2016, el personal que presta sus servicios al Fondo Nacional de Fomento de la Papa se vinculó directamente bajo la modalidad de contrato a Término Fijo y para el Proyecto de Asistencia Técnica bajo prestación de servicios.

#### **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.

# Informe de Gestión 2016



## NOTA 3 EFECTIVO

A 31 de diciembre de 2016 el efectivo está representado por las cuentas de ahorro que tiene el Fondo Nacional de Fomento de la Papa y comprende:

	2016	2015	VARIACION \$	VARIACION %
<b>BANCOS Y CORPORACIONES FINANCIERAS</b>				
Cuentas de Ahorro	1.617.597.769	1.507.972.754	109.625.015	7,27% (1)
<b>TOTAL EFECTIVO</b>	<b>\$ 1.617.597.769</b>	<b>1.507.972.754</b>	<b>109.625.015</b>	<b>7,27%</b>

(1) El Fondo Nacional de Fomento de la Papa cuenta con tres cuentas de ahorro, una en banco Bogota No 115043317, dos en el banco Davivienda No 477000045625 y No. 477000049197. Además, las cuentas bancarias están conciliadas con los saldos de los extractos.

Cuenta de Ahorro	2016	2015	VARIACION \$	VARIACION %
Bogota cta. No 115043317	1.584.081.135	648.996.279	935.084.856	144,08%
Davivienda cta. No 477000045625	21.043.721	858.096.663	-837.052.942	-97,55%
Davivienda cta. No 477000049197	12.472.913	879.812	11.593.101	1317,6793%
<b>TOTAL EFECTIVO</b>	<b>\$ 1.617.597.769</b>	<b>1.507.972.754</b>	<b>109.625.015</b>	<b>7,27%</b>



## NOTA 4 INVERSIONES

A 31 de diciembre de 2016 las inversiones están conformados por:

INVERSIONES	2016	2015	VARIACION \$	VARIACION %
Certificados de Depósito a Termino	1.600.000.000	0	1.600.000.000	100%(1)
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.600.000.000</b>	<b>0</b>	<b>1.600.000.000</b>	<b>100%</b>

(1) Este valor corresponde a un CDT constituido en el banco Davivienda el día 09 de diciembre de 2016, con una tasa de interés del 7,4 % E.A a 90 días dando como fecha de vencimiento el 09 de marzo de 2017.

## NOTA 5 DEUDORES

A 31 de diciembre de 2016 los deudores, están conformados por:

DEUDORES	2016	2015	VARIACION \$	VARIACION %
Otros Deudores	672.572	0	672.572	100%(1)
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 672.572</b>	<b>0</b>	<b>672.572</b>	<b>100%</b>

(1) Este valor corresponde a una devolución pendiente por FEDEPAPA por un mayor valor liquidado por contraprestación debido a que se causó una consignación como recaudo de cuota de fomento y posteriormente el recaudador manifestó que correspondía a una consignación dirigida a FEDEPAPA.





## NOTA 6 PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO

A 31 de diciembre de 2016 las propiedades, planta y equipo, están conformadas por:

	2016	2015	VARIACION \$	VARIACION %
Muebles, enseres y Equipo de oficina	13.925.394	3.197.772	10.727.622	335,47%
Equipo de comunicación y computo	24.126.560	15.436.560	8.690.000	56,29%
Depreciación Acumulada	-7.795.618	-1.939.114	-5.856.504	302,02%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 30.256.336</b>	<b>16.695.218</b>	<b>13.561.118</b>	<b>81,23%</b>

## NOTA 7 OTROS ACTIVOS

A 31 de diciembre de 2016 se encuentra conformada por:

	2016	2015	VARIACION \$	VARIACION %
Intangibles (Licencias)	4.631.389	3.062.400	1.568.989	51,23%
Amortización Acumulada	-4.631.389	-408.318	-4.223.071	1034,26%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 0</b>	<b>2.654.082</b>	<b>-2.654.082</b>	<b>-100,00%</b>



## NOTA 8 CUENTAS POR PAGAR

Las cuentas por pagar a 31 de diciembre de 2016, incluyen:

	2016	2015	VARIACION \$	VARIACION %
Adquisición de bienes y servicios	313.031.473	132.236.723	180.794.750	136,72%(1)
Acreeedores	10.163.700	4.720.700	5.443.000	115,30%
Impuestos por pagar Rete Fuente	16.089.935	1.247.488	14.842.447	1189,79%
Impuestos por pagar Reteica	0	1.169.191	-1.169.191	-100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 339.285.108</b>	<b>139.374.102</b>	<b>199.911.006</b>	<b>143,43%</b>

(1) El saldo de bienes y servicios a 31 de diciembre de 2016 está conformado por:

Yamith Burgos	4.331.550	(a)
César Rodríguez	7.174.204	(b)
Diana Rojas Narváez	8.013.264	(c)
Andrea Barbosa	8.013.264	(d)
Americana Digital Impresiones	10.973.263	(e)
Carlos Alvarado	14.698.125	(f)
Sociedad de Agricultores de Colombia	28.620.977	(g)
Plantar de Colombia	24.862.500	(h)
Fedepapa	35.311.851	(i)
Nestor Chaparro	43.625.708	(j)
Geometry Global Colombia S.A.S	53.068.965	(k)
Menores a 4 millones	74.337.802	(l)
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 313.031.473</b>	





- (a) Corresponde a la Cuenta de Cobro No. 12 por concepto de honorarios del 1 al 31 de diciembre de 2016 del director del proyecto Núcleos Progresivos de Asistencia Técnica en el Sector Productivo de la Papa.
- (b) Corresponde a la Cuenta de Cobro No. 4 por concepto de honorarios según contrato de prestación de servicio No. 56 como asesor de grupos Asociativos.
- (c) Corresponde a las Cuentas de Cobro No. 002 por concepto de compra Dominios Y Hosting para las 7 asociaciones del proyecto "Núcleos Progresivos de Asistencia Técnica en el Sector Productivo de la Papa".
- (d) Corresponde a la Cuenta de Cobro No. 10 por la compra pendones y gorras para el proyecto "Núcleos Progresivos de Asistencia Técnica en el Sector Productivo de la Papa".
- (e) Corresponde a la FV No. 2566 por concepto de 4.000 Agendas del FNFP.
- (f) Corresponde a la FV No. 2660 por concepto de compra de semilla.
- (g) Corresponde a la Factura de Venta No. VE 4983 por concepto de acuerdo Institucionales pago Estudio Fomalización Laboral como Estrategia para Enfrentar el Postconflicto y Factura No. 4957 por concepto de Política Comercial.
- (h) Corresponde a la FV No. 6374 por concepto de compra de semilla.
- (i) Corresponde a la FV No. 1256-000339 por concepto de Compra de Semilla, FV No. 1000-001239 por concepto de reintegro Póliza Seguros Activos Fijos y FV No. 1000-001344 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, encontramos pagos por realizar por concepto de cuota de administración del mes de diciembre.
- (j) Corresponde a la Cuenta de Cobro No. 002/16 por concepto de impresión de material Divulgativo para las 7 asociaciones del proyecto "Núcleos Progresivos de Asistencia Técnica en el Sector Productivo de la Papa", y Cuenta de Cobro No. 10 Por Concepto de Diseño e Impresión de Cartillas de Normatividad.
- (k) Corresponde a las FV No. 6521 y No. 6522 por concepto del segundo y tercer pago Plan Estratégico de Consumo.
- (l) En las cuentas por pagar inferiores a cuatro millones de pesos se encuentran 16 cuentas de cobro de los asistentes técnicos, reembolsos y otros proveedores.

## NOTA 9 OTROS PASIVOS

El saldo a 31 de diciembre de 2016, comprenden:

	2016	2015	VARIACION \$	VARIACION %
Recaudos a Favor de Terceros	\$ 1.531.593	0	1.531.593	100%(1)
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.531.593</b>	<b>0</b>	<b>1.531.593</b>	<b>100%</b>



1. Este valor corresponde a consignaciones de recaudadores sin identificar.

## NOTA 10 INGRESOS FISCALES

A 31 de diciembre de 2016 los ingresos operacionales incluyen:

<u>CONCEPTO</u>		2016	2015	VARIACION \$	VARIACION %
Rentas parafiscales	\$	4.061.226.267	2.444.844.794	1.616.381.473	66,11%(1)
Vigencias Anteriores	\$	804.933	0	804.933	100%(2)
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$</b>	<b>4.062.031.200</b>	<b>2.444.844.794</b>	<b>1.617.186.406</b>	<b>66,15%</b>

(1) Rentas parafiscales, el saldo a 31 de diciembre de 2016:

NIT	TERCERO	VALOR
890.107.487	SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLIMPICA S.A.	\$467.645.657
830.040.709	COMERCIALIZADORA NACIONAL S.A.S	\$427.268.587
800.208.785	CONGELAGRO S.A.	\$308.308.096
880.020.308	COMESTIBLES RICO	\$240.757.848
817.000.747	COMPAÑIA INTERNACIONAL DE ALIMENTOS SAS	\$237.162.948
890.920.304	PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA LTDA	\$144.822.712
890.900.608	ALMACENES EXITO S.A. - carulla - pomona -ley -olimpica	\$132.938.482
900.781.344	DISTRIBUIDORA DE MI TIERRA S.A.S	\$85.495.178
890.300.346	ALMACENES LA 14 S.A.	\$61.412.653
800.241.598	PRODUCTOS ALIMENTICIOS FROZEN EXPRESS S.A.S	\$56.637.270
830.072.419	PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPA SANCHEZ Y CALDERON LTDA	\$54.098.155
900.155.107	CENCOSUD COLOMBIA S.A. (JUMBO)	\$50.448.845
811.045.607	INVERSIONES EURO S. A.	\$49.758.027
900.547.336	DISTRIBUIDORA CARVAJAL GIRALDO S.A.S.	\$49.099.490

# Informe de Gestión 2016



NIT	TERCERO	VALOR
805.021.782	COMERCIALIZADORA FLORALIA S.A	\$43.468.551
900.081.224	MERCAMIO S.A.	\$42.494.736
800.002.725	VERDURAS LTDA	\$40.770.997
900.621.131	FRESCO PACK S.A.S	\$39.275.639
19.237.782	BECERRA BARRETO EDILBERTO/PROCOSECHA	\$38.593.498
19.245.341	JORGE ARTURO CRUZ ZAMUDIO	\$37.878.000
805.028.041	SUPERTIENDAS CAÑAVERAL S.A	\$34.211.548
800.111.036	DE LA HACIENDA PUERTAS DE GRANADA LTDA	\$33.818.585
832.005.617	SURTIFRUYER DE LA SABANA LTDA	\$31.776.307
800.037.835	COMERCIALIZADORA LA BONANZA S.A.S.	\$31.725.227
800.230.447	SODEXO S.A.	\$29.759.984
805.029.321	CARIBE S.A.	\$28.772.468
805.028.991	SURTIFAMILIAR S.A.	\$28.556.573
900.301.742	MERCADOS COLOMBIANOS JBM SAS - MERKACOL JBM SAS	\$28.065.950
817.002.544	SUPERMERCADO EL RENDIDOR S.A.	\$27.010.075
800.035.812	SELECPACOL LTDA	\$25.963.180
900.522.508	INVERSIONES SUPERVAQUITA LA 33 S.A.S	\$24.905.214
900.203.566	ABASTECEMOS DE OCCIDENTE S.A	\$22.004.000
900.029.130	MERCADOS Y CARNES OR LTDA	\$21.525.255
811.030.775	PRODUCTOS RIO ARRIBA S.A.S	\$21.107.346
860.007.336	CAJA COLOMBIANA DE SUBSIDIO FAMILIAR COLSUBSIDIO	\$20.033.760
860.025.461	CIA COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LA SABANA AVESCO S.A	\$20.027.278
820.005.385	PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS SORACA S.A. C.I	\$19.486.137
900.280.249	L Y S LOGISTICA Y SUMINISTROS S.A.S	\$17.060.758
805.027.024	SUPERMERCADO LA GRAN COLOMBIA S.A.	\$15.538.442
800.226.062	RAPI-MERCAR S.A.	\$15.457.403
811.033.374	LEGUMBRES HERIBERTO MONTES BEDOYA S.A.	\$15.085.866
805.015.151	QUICENO Y CIA S.C.A	\$13.756.584
826.000.361	AUTOSERVICIO EL PARAISO	\$13.746.799
891.224.005	CHAMORRO PORTILLA SAS	\$13.668.215
890.929.502	INDUSTRIAS ALIMENTICIAS LA REINA S.A.S	\$13.616.423
900.078.995	COMERCIALIZADORA CHAMORRO Y RENDON LTDA.	\$13.522.580
890.807.047	CUATRO MILPAS S.A.S.	\$12.599.276



# Informe de Gestión 2016



NIT	TERCERO	VALOR
900.070.915	AGENCIA LOGISTICA DE LAS FUERZAS MILITARES - REGIONAL CENTRO	\$12.307.943
900.480.569	JERONIMO MARTINS MATINEZ COLOMBIA S.A.S	\$12.236.201
900.642.557	INVERSIONES VAQUITA EXPRES S A S	\$11.971.447
890.315.540	PRODUCTOS YUPI SAS	\$11.914.385
811.028.824	SUPERMERCADO BOOM	\$11.731.282
900.276.962	KOBA COLOMBIA S.A.S.	\$11.664.155
70.696.846	ZULUAGA LOPEZ URIEL ALEISON	\$11.485.125
830.065.645	COMERCIALIZADORA REMA LTDA	\$11.404.495
890.303.208	CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR DEL VALLE DEL CAUCA	\$11.347.484
890.303.208	CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR DEL VALLE DEL CAUCA - COMFAMILIAR ANDI - COMFANDI	\$11.282.860
900.649.144	PRODUCTOS VICKY S.A.S.	\$11.224.373
19.327.901	OLMOS SIERRA MARTIN	\$11.147.000
900.418.730	COMERCIALIZADORA DE PAPA LA MONTAÑA	\$10.913.700
830.042.212	PROALIMENTOS LIBER S.A.S	\$10.824.206
900.397.839	COMPAÑIA DSIERRA SAS	\$10.591.386
900.016.521	FRUTIVER 1 A S A S	\$10.305.362
891.408.584	FRISBY S.A.	\$9.748.154
900.180.265	INVERSIONES RIOS GALLEGO Y CIA. S C X A	\$9.720.586
900.020.155	INVERSIONES MERCA Z S A	\$9.295.777
830.103.515	GRUPO C B C S.A. cali mio,la brasa roja, cali vea	\$9.111.975
7.213.708	JOSE MARIO ESPEJO - SUP. PASADENA	\$9.056.732
800.252.176	MERCACENTRO S.A.S	\$8.783.360
22.081.582	GIRALDO PINEDA TERESITA DE JESUS	\$8.418.760
860.350.253	INMACULADA GUADALUPE Y AMIGOS EN CIA. S.A.	\$8.405.063
816.006.449	LA INTEGRIDAD S.A.	\$8.396.848
860.046.341	FEDEPAPA	\$8.094.450
808.002.701	SUPERMERCADOS CUNDINAMARCA S.A	\$7.905.941
14.255.524	ALVARADO PARRA CARLOS JOSE	\$7.545.016
900.743.668	FRESH WORLD S A S	\$7.488.386
800.117.184	AGENCIA LOGISTICA DE LAS FUERZAS MILITARES REGIONAL TOLIMA GRANDE	\$7.480.822
824.003.724	REYES LOPEZ S.A.S	\$7.305.584
8.356.122	ZULUAGA GIRALDO ANDRES FERNANDO	\$7.226.341

# Informe de Gestión 2016



NIT	TERCERO	VALOR
800.106.774	MERCADO ZAPATOCA S A	\$7.162.614
900.350.461	COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS SOLO FRUTAS SAS	\$7.074.685
3.175.063	ALGARRA RIAÑO ADAN	\$8.934.400
51.961.696	MARTHA YANETH MOYA ROJAS	\$6.876.464
900.320.751	LA ECONOMIA COMERCIAL S A S	\$6.624.475
900.139.910	DON JEDIONDO SOPITAS Y PARRILLA S A S	\$6.208.000
900.059.238	MAKRO SUPERMAYORISTA S A S	\$6.108.441
900.873.195	LHM EXPRESS S A S	\$6.031.409
815.002.459	MERCAVA S A	\$6.027.343
800.117.197	AGENCIA LOGISTICA DE LAS FUERZAS MILITARES REGIONAL SUR OCCIDENTE	\$5.743.859
830.102.034	MERCADOS ROMI S A	\$5.718.152
900.273.686	COMERCIALIZADORA MERCALDAS SA	\$5.682.696
830.075.637	INVERSIONES COMUNAL DE COLOMBIA S A S	\$5.634.117
890.900.943	COLOMBIANA DE COMERCIO S A	\$5.483.421
2.676.783	PARRA PINTO PEDRO	\$5.319.950
860.450.234	INDUSTRIA COLOMBIANA DE PRODUCTOS FRITOS	\$5.242.695
1.024.525.815	RODRIGUEZ VANEGAS DIEGO ALEJANDRO	\$5.191.395
805.020.433	CASA DE LOS TENDEROS - AUTOSERVICIO EL J	\$5.151.751
11.410.681	RODRIGUEZ REINA HERNAN ARTURO	\$5.081.000
19.467.281	HERNANDEZ BELTRAN CAMILO	\$5.069.770
900.465.095	LE & VE ALIMENTOS MACSOL SAS	\$5.050.000
222.222.222	MENORES A CINCO MILLONES	\$440.737.831
<b>TOTAL</b>		<b>\$4.061.226.267</b>

(2) Vigencias Anteriores, el saldo a 31 de diciembre de 2016 está conformado por:

NIT	TERCERO	VALOR
900.881.447	UNION TEMPORAL META	\$ 664.933
60.389.756	FLOREZ VERA MAYRA	\$ 80.000
56.840.519	FLOREZ NORBERTO	\$ 60.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 804.933</b>



## NOTA 11 OTROS INGRESOS

Presenta ingresos a 31 de diciembre 2016 que incluyen:

<u>CONCEPTO</u>	2016	2015	VARIACION \$	VARIACION %
Financieros	52.763.704	3.211.405	49.552.299	1543,01%
Extraordinarios	274.808.227	31.243	274.776.984	879483,35%(1)
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 327.571.931</b>	<b>3.242.648</b>	<b>324.329.283</b>	<b>881026,36%</b>

(1) Los ingresos Extraordinarios a 31 de diciembre de 2016 corresponden a.

<u>CONCEPTO</u>	VALOR
Traslado Recursos Fondos Parafiscales	\$ 272.490.441 (a)
Incapacidades	\$ 2.308.555
Aprovechamientos	\$ 9.231
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 274.808.227</b>

(a) Corresponde a una consignación realizada por ASOHOFRUCOL el día 25 de noviembre de 2016.





## NOTA 12 GASTOS OPERACIONALES

Los gastos operacionales a 31 de diciembre de 2016 incluyen:

CONCEPTO		2016	2015	VARIACION \$	VARIACION %
Sueldos, salarios	\$	277.759.849	119.238.446	158.521.403	132,94%
Honorarios	\$	891.807.305	477.216.667	414.590.638	86,88%
Capacitación y Divulgación	\$	568.100.217	36.789.436	531.310.781	1444,19%
Contribuciones Imputadas (Incapacidades)	\$	2.861.007	226.666	2.634.341	1162,21%
Contribuciones efectivas	\$	58.615.734	24.951.731	33.664.003	134,92%
Aportes sobre la nómina	\$	11.716.100	4.886.100	6.830.000	139,78%
Estudios y Proyectos Asistencia Técnica	\$	132.684.025	59.642.500	73.041.525	122,47%
Materiales y suministros	\$	208.264.780	9.055.766	199.209.014	2199,80%
Servicios públicos	\$	7.536.000	2.900.000	4.636.000	159,86%
Arrendamientos	\$	15.600.000	4.500.000	11.100.000	246,67%
Viáticos y gastos de viaje	\$	163.401.076	53.181.496	110.219.580	207,25%
Impresos	\$	35.000.000	0	35.000.000	100%
Comunicaciones y Transporte	\$	34.525.601	1.564.900	32.960.701	2106,25%
Junta Directiva	\$	19.337.834	9.217.960	10.119.874	109,78%
Contratos de administración	\$	406.203.099	244.484.479	161.718.620	66,15%
Muebles, equipos de oficina y software	\$	3.084.650	4.697.600	-1.612.950	-34,34%
Compra Base de Datos	\$	3.778.120	0	3.778.120	100%
Cuota de Fiscalización	\$	4.285.479	603.116	3.682.363	610,56%
Impuestos, tasas y contribuciones	\$	10.695.084	3.778.656	6.916.428	183,04%
Depreciaciones	\$	5.856.504	1.939.114	3.917.390	202,02%
Amortizaciones	\$	4.223.071	408.318	3.814.753	934,26%
Otros gastos (comisiones y otros gastos bancarios)	\$	4.202.572	1.159.539	3.043.033	262,43%
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$</b>	<b>2.869.538.107</b>	<b>1.060.442.490</b>	<b>1.809.095.617</b>	<b>170,60%</b>



**NOTA:** Es importante tener en cuenta que los gastos presentaron un incremento considerable debido a:

\*La actividad del FNFP en el año 2015 inicio en el mes de abril con una cantidad de proyectos ejecutados inferiores al año 2016, su ejecución en el 2015 fue de 9 meses mientras que en el 2016 fue de la vigencia completa.

\*El proyecto de "Fortalecimiento a la Asistencia Técnica" en el año 2015 inicio en agosto, con una duración de 5 meses mientras que en el 2016 tuvo una duración de 8 meses.