

CONTENIDO

1.	DIAGNOSTICO	2
1.1.	DIMENSIÓN SOCIAL	2
1.2.	DIMENSIÓN ECONÓMICA	7
1.2.1.	COMPETENCIA Y CADENA DE VALOR	7
1.2.2.	DESTINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	8
1.2.3.	AGREGACIÓN DE VALOR	11
1.2.4.	COMERCIO EXTERIOR.....	13
1.2.4.1.	EXPORTACIONES.....	13
1.2.4.2.	IMPORTACIONES.....	14
1.2.4.3.	BALANZA COMERCIAL	14
1.2.4.4.	MECANISMOS DE DEFENSA COMERCIAL: DERECHOS ANTIDUMPING	15
1.2.4.5.	OPORTUNIDADES DE LA CADENA	16
2.	MARCO INSTITUCIONAL	22
2.1.1.	FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA – FNFP.....	24
2.1.1.1.	MARCO REGULATORIO	25
2.1.1.2.	CONTRATO DE ADMINISTRACIÓN.....	25
2.1.1.3.	RECAUDO.....	25
2.1.1.4.	PROGRAMAS Y PROYECTOS DE INVERSIÓN	26
3.	PLAN ESTRATÉGICO SECTORIAL.....	27
3.1.	MISIÓN.....	29
3.2.	VISIÓN.....	30
3.3.	OBJETIVO GENERAL	30
3.4.	ESTRATEGIA 2020	31
3.5.	PILARES.....	37
3.5.1.	CONSUMO	37
3.5.2.	SOSTENIBILIDAD	39
3.5.3.	INSTITUCIONALIDAD	40
3.5.4.	COMPETITIVIDAD	40
4.	PLAN DE ACCIÓN	43
	BIBLIOGRAFÍA	44

1. DIAGNOSTICO

1.1. DIMENSIÓN SOCIAL

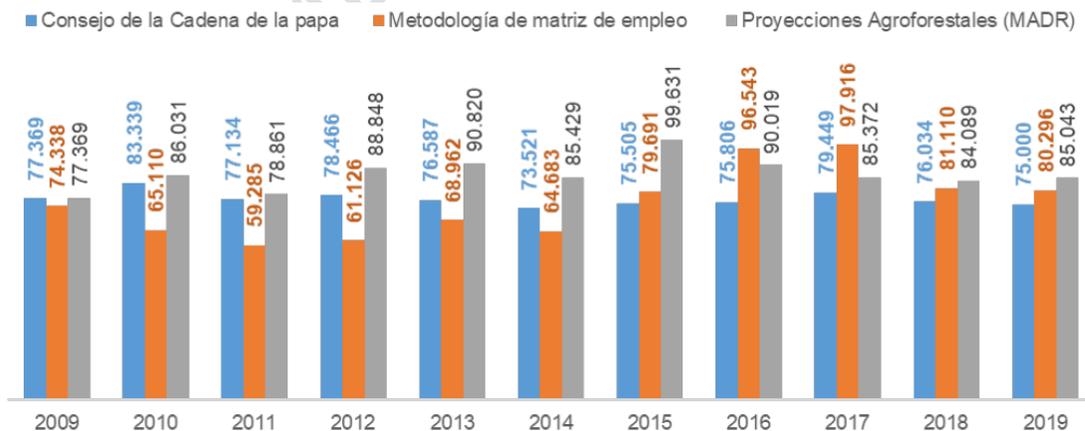
A este cultivo se dedican aproximadamente 100 mil familias, que corresponden en su mayoría a pequeños productores. A nivel regional, la producción se concentra en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia, Cauca, Santander, Norte de Santander, Tolima y Caldas, siendo los cuatro primeros aquellos que representan cerca del 90% de la producción nacional

En el análisis realizado por la UPRA (2020) se menciona que: *“la cantidad de empleos que genera el eslabón primario se ha reducido en los últimos años, a la vez que el bajo nivel educativo de los productores de papa sigue la tendencia nacional y reporta una brecha notable por superar”*.

Es importante acotar que la cadena de la papa en Colombia durante los últimos diez años ha generado entre 70 y 100 mil empleos directos. De acuerdo al CNA de 2014, algunos hitos que se reportan son: la existencia de 39.273 Unidades de producción con cultivos de papa; 87.642 personas vinculadas a las UPA (habitantes), 15.166 productores residentes y 111.564 trabajadores permanentes.

Así mismo, es importante señalar que el productor de papa depende de otras actividades que coexisten con el cultivo de la papa, principalmente lechería.

Empleos directos según fuente



Fuente: Para empleos directos MADR (2009-2019) Para puestos de trabajo: Cálculos a partir de Metodología de matriz de empleo en la Base 2005 de las Cuentas Nacionales, DANE (2011) y Encuesta Nacional Agropecuaria

En lo que respecta a índices como el logro monetario, se destaca que el cultivo posee un número elevado de productores vinculados al régimen subsidiado, principalmente en el eslabón primario, cuestión que es un indicio de informalidad laboral y pobreza.

En materia educativa, se ha evidenciado que no hay una permanencia de los jóvenes en la actividad productiva y, pese a la mayor participación de la producción bajo agricultura familiar, no se evidencia que los agricultores familiares tengan mejores condiciones de bienestar, destacándose así una gran brecha que cerrar en el sector.

De acuerdo con López (2006), es evidente que el sector agropecuario colombiano presenta un rezago educativo elevado, que por supuesto incide sobre la calidad de vida y la economía rural. En el caso de la cadena de la papa asciende al 80% de los productores. Así mismo, otro punto de quiebre en el sector es el analfabetismo cercano al 84%; abriendo discusiones sobre la necesidad de generar lineamientos acordes con el cierre de brechas educativas y acceso a oportunidades en el sector.

Según Fedesarrollo (2021), este conjunto de preocupaciones evidenciadas en el sector, requieren de una serie de acciones estructurales para acelerar las mejoras de la productividad y de la competitividad, que van de la mano con un relevo generacional orientado al logro, de ahí que resulte relevante reconocer la distribución poblacional de las personas vinculadas a la cadena en el eslabón primario.

En la siguiente tabla, se observa que el relevo inmediato, referido a las personas entre 19 y 26 años, es decir los jóvenes, representan el 13%, y los llamados a ser el relevo futuro, es decir, los menores de 19 años, corresponde al 33% de la población. Esto evidencia que existe potencial de mano de obra para la producción, sin embargo, la tendencia más reciente sugiere una reducción en el número de empleados, motivada posiblemente por la falta de condiciones que incentiven la permanencia de los jóvenes en la actividad productiva de papa, siguiendo así la senda nacional (UPRA, 2020).

Distribución de la población vinculada a la cadena de papa en el eslabón primario según dantos de edad.

Grupo de edad	Personas	Participación
Primera infancia (0 a 5 años)	7.595	9%
Infancia (6 a 11 años)	9.112	10%
Preadolescencia (12 a 15 años)	7.346	8%
Adolescencia (15 a 18 años)	5.289	6%
Juventud (19 a 26)	11.190	13%
Adultez (27 a 59 años)	34.624	40%
Adulto mayor (Mayores de 60 años)	12.486	14%
Total	87.642	100%

Tomado de "Plan de Ordenamiento productivo: Análisis situacional de la cadena productiva de la papa en Colombia". Fuente: DANE (2014), Censo Nacional Agropecuario. UPRA 2021

Es fundamental conocer las condiciones de bienestar de la población vinculada a la actividad de la cadena, debe incidir de manera óptima en el desarrollo social de la población, estableciéndose una reciprocidad entre ambos ya que ante mejores condiciones de bienestar de la población vinculada a la cadena se puede tener mejor mano de obra calificada, mejores condiciones de salud, capacidades adquisitivas y organizativas y, en general, mejores rendimientos que conllevan a un adecuado manejo de los niveles de pobreza y a un desempeño óptimo y estable de la cadena.

Así las cosas, lo deseable es que la cadena permita, mediante un buen desempeño económico, garantizar un adecuado nivel de desarrollo social de la población, lo cual implica tener como logro la reducción de los niveles de pobreza de la población vinculada a la actividad.

Ahora bien, en los resultados del Censo Nacional Agropecuario (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas - DANE, 2014), se evidencia que en el caso específico de la cadena papa, los hogares que derivan sus ingresos de la actividad en el eslabón primario se encuentran en situación de pobreza en el 39% de los hogares según la estimación del Índice de Pobreza Multidimensional - IPM (y en este caso ajustado por la UPRA).

Las características asociadas a la pobreza en la cadena productiva de la papa, las podemos apreciar a continuación:

Pobreza en hogares relacionados con producción de papa según agricultura familiar

Componente IPM-Ajustado	Fuera de AF		Dentro de AF	
Bajo logro educativo	11.461	85%	31.539	89%
Material inadecuado de paredes	163	1%	167	0%
Material inadecuado de pisos	2.659	20%	8.609	24%
Alcantarillado	12.317	92%	33.799	95%
Acueducto	7.324	55%	15.320	43%
Afiliación a salud	654	5%	1.617	5%
Cuidado primera infancia	490	4%	1.239	3%
Inasistencia escolar	1.606	12%	3.650	10%
Analfabetismo	2.486	19%	6.619	19%
Rezago escolar	3.011	22%	7.971	23%
Hogares pobres por IPM	5.125	38%	13.736	39%

Tomado de "Plan de Ordenamiento productivo: Análisis situacional de la cadena productiva de la papa en Colombia". Fuente: DANE (2014), Censo Nacional Agropecuario. UPRA 2021. AF: Agricultura Familiar

En esta tabla se observa que el número de hogares pobres por IPM tanto en agricultura familiar como sin ella, no tiene mayor diferencia en su comportamiento ya que en el primer caso representa un nivel de pobreza del 39% frente a un 38% en el segundo caso.

Según el Acuerdo de Competitividad de la Cadena Papa (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - Secretaría Técnica Consejo Nacional de la Papa, 2014), gran parte de esta baja capacidad de gestión y de organización, se debe a los bajos niveles de empresarización de la producción de papa y, que provoca, en muchos casos que los actores de la cadena no estén preparados para hacer frente a los grandes cambios que tienen que producirse en esta actividad como requisito básico para el mejoramiento de su competitividad, impidiendo que puedan superar dicha brecha o, en el mejor de los casos, comportarse como empresarios que gerencian negocios y que tomen decisiones acertadas sobre el manejo integral y sostenible de su empresa. Descifrando dicha afirmación, podemos decir que prácticamente la situación es la misma a hoy.

Finalmente, otro aspecto vinculado a este aspecto, es la heterogeneidad de los productores, en cuanto a su tamaño y clasificación, puesto que en el cultivo de la papa predominan los pequeños productores, sin que ello implique que la tecnología utilizada en sus cultivos sea menos eficiente.

Tabla 5. Clasificación del productor

Tipo de productor	Descripción
Pequeños	Siembran menos de 3 hectáreas, constituyen el 95% de los cultivadores y producen alrededor del 45% del total de la producción.
Medianos	Siembran entre 3 y 5 hectáreas, constituyen el 3% de los cultivadores y participan con cerca del 35% del total de la producción.
Grandes	Siembran más de 5 hectáreas, constituyen el 2% de los cultivadores y participan con aproximadamente el 20% del total de la producción.

Fuente: Acuerdo de competitividad de la cadena agroalimentaria de la papa, 2014.

Es relevante para la clasificación de los productores, incluir la distribución de tierras, de modo que, lo que permite identificar que el cultivo es principalmente, un cultivo de minifundio puesto que un gran número de unidades productivas están asociadas a una menor cantidad de tierra y viceversa, lo que a su vez esboza que una gran cantidad de hectáreas se relacionan con pocas unidades productivas.

Distribución del número de UPA, área sembrada, área cosechada y producción

Clasificación	Unidades Productivas en Papa	Área sembrada (HA)	Área cosechada (HA)	Producción (TON)
Menos de 3 (HA)	63%	20%	21%	22%
Entre 3 y 10 (HA)	23%	28%	27%	25%
Entre 10 y 50 (HA)	12%	24%	24%	25%
Entre 50 y 500 (HA)	3%	11%	12%	13%
Más de 500 (HA)	0%	16%	15%	16%

Tomado de "Plan de Ordenamiento productivo: Análisis situacional de la cadena productiva de la papa en Colombia". Fuente: DANE (2014), Censo Nacional Agropecuario. UPRA 2021. AF: Agricultura Familiar

De acuerdo con estos resultados, se destaca la existencia de unidades productivas muy fraccionadas, en contraste con grandes áreas concentradas con cultivos del tubérculo, cuestión que resulta destacable pues cerca de las tres cuartas partes de la producción se realiza en Unidades de Producción Agropecuarias – UPA's de 50 hectáreas o menos, las cuales representan el

97% de las UPA, evidenciando, una vez más que el cultivo de papa es propio de pequeñas y medianas explotaciones.

Según el documento de análisis desarrollado por la UPRA (2021), las UPA's de más de 500 *ha* aprovechan (cosechan) cerca del 80% del total del área sembrada, que en promedio es de alrededor de 227,32 *ha*; mientras que las de menos de 3 *ha* logran cosechar el 90% de lo sembrado, en promedio 1,74 *ha*. Lo anterior, quiere decir que a pesar de disponer de menos tierra los pequeños productores logran mayor aprovechamiento para la producción.

1.2. DIMENSIÓN ECONÓMICA

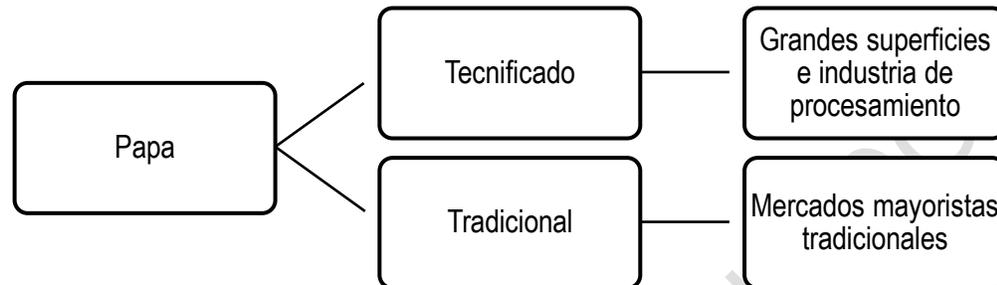
1.2.1. COMPETENCIA Y CADENA DE VALOR

El cultivo de la papa presenta una gran heterogeneidad en la estructura de la producción que se manifiesta no sólo en la falta de uniformidad de los productores; incluso dentro de la misma zona geográfica, sino también en la diversidad de tecnología usadas y la existencia de gran variedad de tipos y sistemas de producción que se manifiestan principalmente en la variación de los costos unitarios de producción y los rendimientos agronómicos.

No obstante, lo anterior es factible establecer dos sistemas de producción diferenciados, el tradicional y el tecnificado.

- **Tradicional:** Localizado generalmente en zonas de topografía quebrada y ondulada, con pendientes superiores al 15% y escasamente mecanizables. Sus cultivos presentan rendimientos relativamente bajos, menores de 25 toneladas por hectárea, como consecuencia de un manejo carente de semilla certificada y de asistencia técnica. La producción se comercializa en canales tradicionales del mercado en fresco.
- **Tecnificado:** Al concentrarse en zonas de producción de topografía plana, este sistema es más intensivo en mecanización, utiliza semilla de buena calidad (uso en alto porcentaje de semilla certificada) y recibe asistencia técnica. Presenta rendimientos

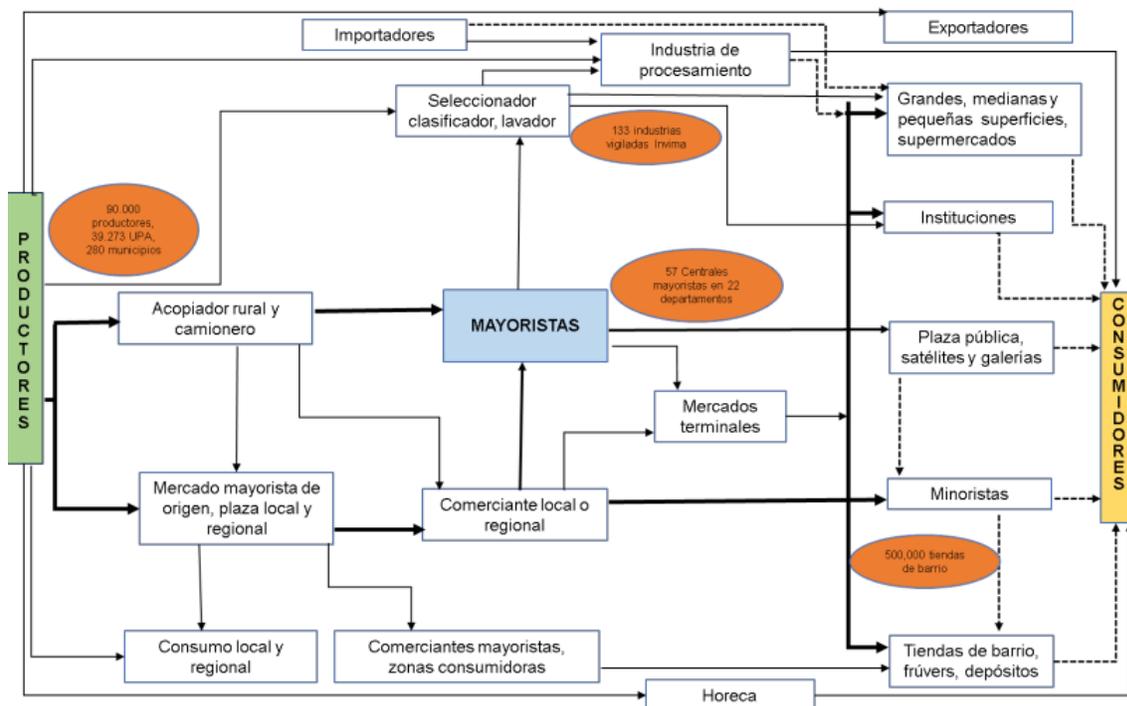
mayores a 30 toneladas por hectárea. La producción está destinada a mercados especializados y a la industria de procesamiento industrial.



1.2.2. DESTINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

En general, en Colombia la papa se comercializa en estado fresco, siendo muy baja la participación de la industria de procesamiento. Según datos del Consejo Nacional de la Papa, cerca del 70% del total de la papa producida se destina al mercado en fresco, mientras que se solamente un 15% es usado para el autoconsumo por parte de las familias productoras, un 5% se destina como semilla y un 10% para la industria de procesamiento industrial.

Proceso de comercialización de la papa en Colombia



Tomado de "Plan de Ordenamiento productivo: Análisis situacional de la cadena productiva de la papa en Colombia". Fuente: DANE (2014), Censo Nacional Agropecuario. UPRA 2021. AF: Agricultura Familiar

La comercialización de la papa fresca en Colombia cuenta con varios eslabones en la comercialización, además de una poca integración vertical, que se evidencia en las pocas alianzas y contratos celebrados entre productores y grandes industrias, por ejemplo. Ahora, el proceso de comercialización presenta un alto grado de intermediación, de hasta 8 o 9 eslabones, donde el mayorista comercializa en promedio el 46% del volumen producido en el país (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas - DANE, 2020).

En el análisis situacional de la papa llevado a cabo por la UPRA (2020), se identificaron márgenes de comercialización para los diferentes agentes que intervienen en el proceso de venta del producto en los diferentes canales de comercialización, estimando que la participación del productor dentro del margen bruto de comercialización varía entre un 51 y un 59%, el del mayorista entre el 4 y el 6%, el del tendero entre el 34 y el 35%, el del "lavador-seleccionador" con un 19% y el supermercado con un 26% de margen

(cuando participa). Los altos márgenes del tendero se explican por el alto nivel de desperdicio generado y la venta en forma fraccionada de pequeños volúmenes (UPRA, 2020, pág. 124).

El 75% de la papa que se destina al mercado en fresco se comercializa sin lavar. Aunque este porcentaje sigue siendo muy alto, se evidencia un crecimiento en la agregación de valor al producto en términos de lavado, cepillado, selección, clasificación y empaque.

En la siguiente gráfica, se puede evidenciar que la cadena de la papa en Colombia integra grandes componentes que incluyen: la producción primaria, la comercialización primaria a transformación, el procesamiento industrial, el comercio y el consumo.

ESQUEMA GENERAL DE LA CADENA PRODUCTIVA DE LA PAPA EN COLOMBIA



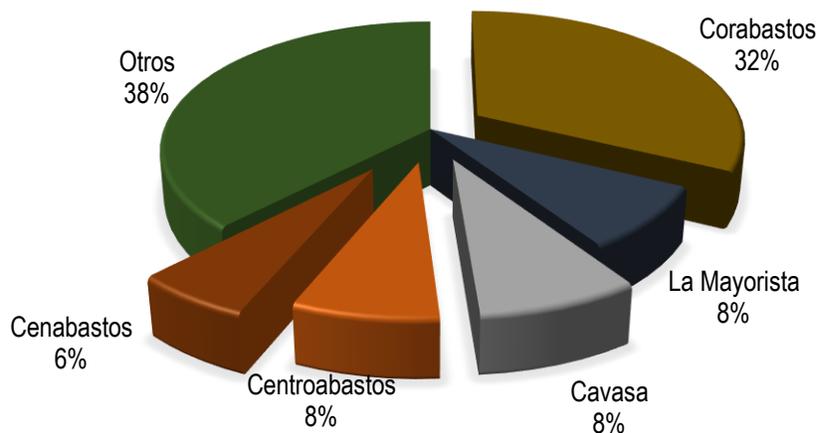
Tomado de "Plan de Ordenamiento productivo: Análisis situacional de la cadena productiva de la papa en Colombia". Fuente: UPRA 2021.

Se destaca, asimismo, que hay nuevos canales de comercialización que han permitido una relación más directa con el productor, y se han orientado a reducir el número de intermediarios, lo cual no se traduce necesariamente en menor margen de comercialización y precio más bajo al consumidor.

Un ejemplo de lo anterior es la situación que se presenta en las grandes superficies donde el producto llega desde el productor hasta el consumidor, pero su precio supera el de otros establecimientos de comercio entre 50 y 150%.

Corabastos en Bogotá es considerada la central mayorista más importante del país, siendo el principal proveedor de mercados del Eje Cafetero, Llanos Orientales y Tolima. Le siguen en orden de importancia los mercados de la Central Mayorista de Antioquia en Itagüí, Cavasa en la Ciudad de Cali, la Central de Abastos en Bucaramanga y Cenabastos en Cúcuta.

DESTINO DEL ABASTECIMIENTO EN PAPA



Fuente: Departamento Nacional de Estadísticas (DANE) – Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos Fedepapa-FNFP, 2021.

1.2.3. AGREGACIÓN DE VALOR

En el Acuerdo de Competitividad de la Cadena Papa (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - Secretaría Técnica Consejo Nacional de la Papa , 2014)

se esboza que anualmente se destina aproximadamente el 10% de la producción nacional de papa al procesamiento industrial. Existen en el país cerca de 50 industrias dedicadas a la actividad de procesamiento de la papa, con diferente capacidad, diferentes niveles de desarrollo tecnológico y variada presencia en el mercado.

Alrededor de 10 grandes y medianas empresas controlan más del 95% del mercado de producto procesado, particularmente en la línea de los denominados “chips “de papa y papa a la francesa pre-frita congelada. Son industrias que en su mayor parte operan con grandes escalas y tecnología de producción avanzada (sobre todo en el caso de las industrias más grandes).

La mayor parte de la industria se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá. El resto de las empresas son pequeñas industrias (microempresas) de tipo casero dedicadas en su mayoría a lo que se denomina “coctel de fritos” y orientadas a suplir una demanda proveniente de tiendas, pequeños supermercados y mercados informales.

Debido al significativo incremento de las importaciones de papa pre-cocida congelada, que en los últimos cinco años han crecido la capacidad ociosa de las industrias procesadoras de esta línea que se han visto muy afectadas, algunas llegando al cierre definitivo, mientras que otras se han visto obligadas a importar producto terminado para mantenerse en los mercados.

Las características propias en las que se desarrolla la papicultura colombiana, generan niveles críticos para la competitividad de la industria de procesamiento. En particular, los altos costos de producción de la materia prima que, con excepción de los de Venezuela, son los más altos dentro de la región y, en promedio, un 50% mayores a los de los países productores como Canadá, Estados Unidos, Holanda, Bélgica y Argentina, situación que se agrava aún más como consecuencia de la reducción arancelaria por vía de los Tratados de Libre Comercio que ha suscrito Colombia con estos países.

Es claro que en Colombia la generación de alternativas industriales a partir de papa es factible siempre y cuando se cuente con variedades de alto

rendimiento que respondan eficientemente a las diferentes líneas de procesos y que en lo posible tengan especificidad de uso para cada una de ellas. De igual manera, se requiere que los costos de producción en campo y en planta sean competitivos frente a los que se presentan en países desarrollados.

1.2.4. COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial colombiana de la papa se ha caracterizado por ser deficitaria en los últimos años, con una tendencia a ampliar su brecha ante las crecientes importaciones de papa precocida congelada en respuesta a la demanda interna por este producto.

Existen veintitrés (23) compromisos comerciales, distribuidos entre alianzas, acuerdos, tratados de libre comercio, preferencias arancelarias, entre otros que, en su mayoría, llevan los aranceles de las diferentes partidas de la cadena a 0%, con algunas excepciones, por lo general relacionadas con los productos de la cadena que tiene algún grado de proceso o mayor valor agregado, en especial las papas preparadas o conservadas, congeladas (partida arancelaria 2004.10.00.00), seguidas por la harina, sémola y polvo de papa, y los gránulos y “pellets” de papa (UPRA, 2020).

1.2.4.1. EXPORTACIONES

Durante los últimos 5 años, las exportaciones de papa ha presentado un volumen promedio anual de apenas 1.707 toneladas. En este segmento, se ha evidenciado una relevancia para los mercados de Estados Unidos, Curazao y Ecuador.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES PAPA 2016-2021

AÑO	A DICIEMBRE	VAR %
2016	946	
2017	2.060	118%
2018	1.458	-29%
2019	1.680	15%
2020	1.776	6%
2021	2.320	31%

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

Las empresas más representativas en exportaciones son:

Caribbean Agro S.A.S
Compañía Internacional Agrofrut SA
Comercializadora Internacional Productos Básicos Import y Export
Colombiana Agrícola De Alimentos LTDA
C.I. Natural Foods S.A.S
Botanas S.A.S.
Comestibles Ricos LTDA

Fuente: DIAN- Legiscomex.Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos FEDEPAPA-FNFP

1.2.4.2. IMPORTACIONES

Las importaciones de papa en Colombia alcanzaron un promedio anual de 56.245 toneladas durante los últimos cinco años.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES PAPA 2016-2021

AÑO	A DICIEMBRE	VAR %
2016	47.354	
2017	43.850	-7%
2018	55.850	27%
2019	58.616	5%
2020	50.170	-14%
2021	81.632	63%

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

1.2.4.3. BALANZA COMERCIAL

La balanza comercial de papa en Colombia ha sido deficitaria; esta condición parece continuar por dicha senda, entre tanto no se generen estrategias de impacto que lleven al dinamismo, y crecimiento significativo, de las exportaciones.

**EVOLUCIÓN BALANZA COMERCIAL PAPA
2016-2021**

AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	BALANZA	VAR %
2016	946	47.354	-46.408	
2017	2.060	43.850	-41.790	-10%
2018	1.458	55.850	-54.392	30%
2019	1.680	58.616	-56.936	5%
2020	1.776	50.170	-48.394	-15%
2021	2.320	81.632	-79.312	64%

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

**1.2.4.4. MECANISMOS DE DEFENSA COMERCIAL:
DERECHOS ANTIDUMPING**

Mediante Resolución No 257 del 9 de noviembre de 2018, la Dirección de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, dispuso imponer derechos antidumping definitivos a las importaciones de papas (patatas) preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas, clasificadas por la subpartida arancelaria 2004.10.00.00; originarias de Bélgica, Países Bajos (Holanda) y Alemania, en la forma de un gravamen ad-valorem, el cual se liquidará sobre el valor FOB declarado por el importador, adicional al arancel vigente en el Arancel de Aduanas Nacional de la siguiente manera:

De Bélgica:

- MYDIBEL S.A.: 8,01%

De Países Bajos (Holanda):

- AVIKO B.V.: 3,64%

- DEMÁS EXPORTADORES, 44,52% (excepto FARMFRITES B.V.)

De Alemania:

- AGRARFROST GMBH & CO. KG.: 3,21%

Actualmente, se determinó ordenar el inicio del examen quinquenal (evaluación de la prórroga de la medida) mediante la Resolución 210 del 30 de octubre de 2020.

1.2.4.5. OPORTUNIDADES DE LA CADENA

En el mercado internacional, la cadena de la papa presenta oportunidades en términos de incrementar su participación a partir de productos diferenciados y de calidad, tales como papa fresca, hojuelas; en especial, para algunas variedades blancas, nativas y criollas amarilla, aprovechándolas en nichos de mercado particulares, todo esto a partir del incremento de la productividad, el mejoramiento tecnológico de la producción, el ordenamiento productivo y un robusto sistema de información que soporte las estrategias y la toma de decisiones.

Ante el incremento de las importaciones, la cadena está en el proceso de mejoramiento de los procesos productivos que permitan suplir la demanda por productos procesados, especialmente en el segmento de papa precocida congelada, con el fin de disminuir las importaciones de estos productos a futuro.

1.3. DIMENSIÓN PRODUCTIVA

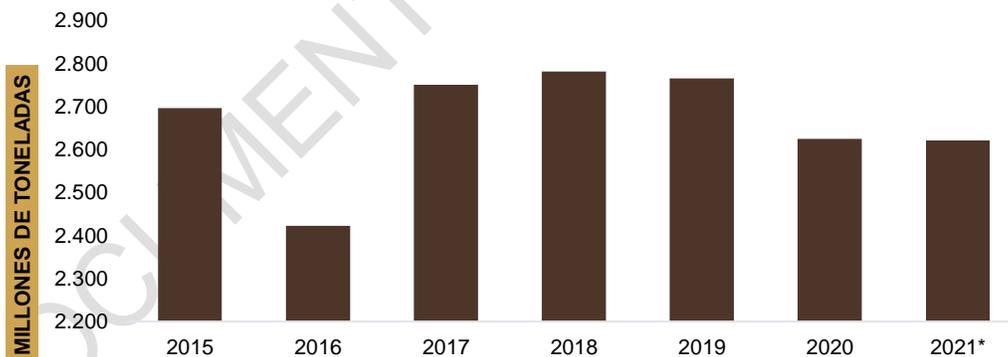
De acuerdo con el Consejo Nacional de la Papa y Fedepapa, el cultivo de papa en Colombia cuenta con un área sembrada que oscila entre las 114 mil y 125 mil hectáreas, es el cultivo transitorio más importante en volumen de producción con cerca de 2,6 millones de toneladas anuales. La papa participa del 3,3% del PIB agropecuario, es el mayor generador de empleo en zonas de clima frío, con cerca de 350.000 empleos directos e indirectos.

La producción de papa se concentra en 9 departamentos de la región andina y en menor medida de la región pacífica del país: Antioquia, Boyacá, Cundinamarca, Caldas, Cauca, Nariño, Santander, Norte de Santander y Tolima.



La participación mayoritaria en el área sembrada la ocupan: Cundinamarca, Boyacá, Nariño y Antioquia quienes representan cerca del 90% del total.

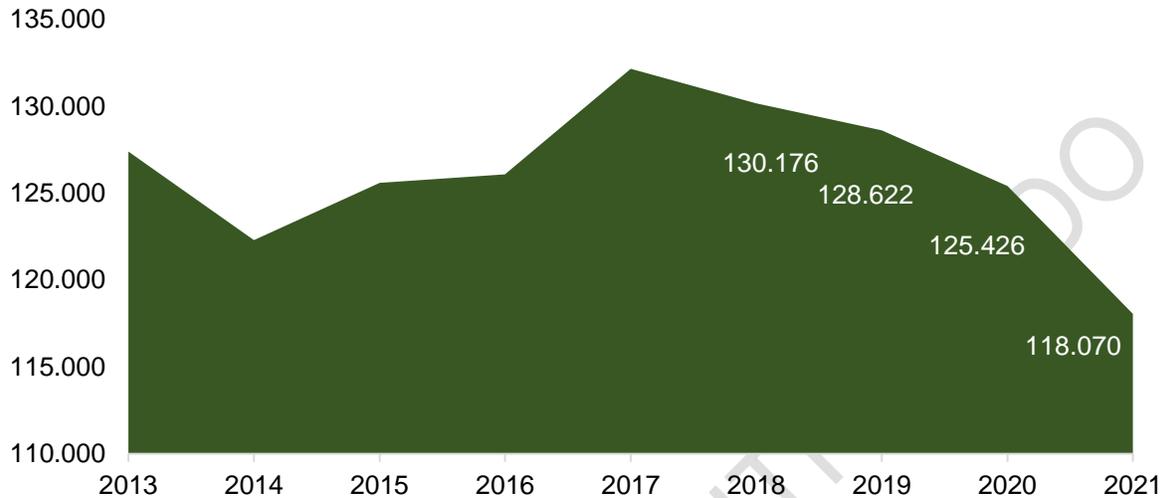
PRODUCCIÓN DE PAPA (TONELADAS) COMPARATIVO 2015- 2021



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

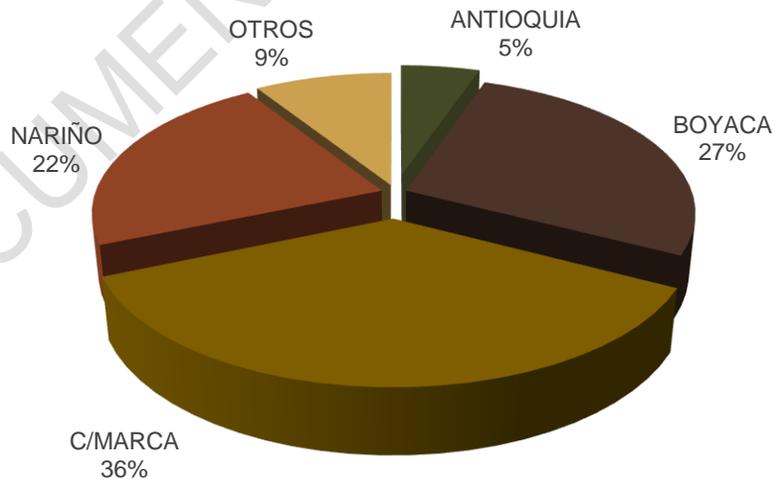
La tendencia nacional de disminución de área en los últimos años es común en todos los departamentos

ÁREA SEMBRADA NACIONAL DE PAPA (HECTÁREAS) 2013-2021



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

PARTICIPACIÓN DEPARTAMENTAL EN EL ÁREA SEMBRADA EN PAPA 2021



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

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

1.3.1. CARACTERÍSTICAS POR ZONA PRODUCTORA:

ANTIOQUIA:

- Los principales municipios productores son La Unión, El Carmen de Viboral, San Vicente, San Pedro de los Milagros, Donmatías, Entrerrios, Abejorral, Marinilla, Santuario, Santa Rosa de Osos, Belmira, y Sonsón.
- Las principales variedades sembradas en este departamento son Diacol Capiro e ICA Puracé que se destinan al consumo en fresco del mercado doméstico y también se envía a los departamentos de la Costa Atlántica y el Chocó.
- La limitante competitiva más importante en esta zona son los altos costos de producción y la carencia de variedades con tolerancia a la gota. En la actualidad los problemas fitosanitarios del suelo han hecho que el cultivo se desplace hacia los municipios del norte de Antioquia y se evidencia una gran dificultad para la producción de semilla (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - Secretaría Técnica Consejo Nacional de la Papa , 2014).
- Es el único departamento del país en el que toda la papa se comercializa lavada y el consumidor ya ha tomado el hábito de comprarla con el valor agregado de lavado y empaque.

BOYACÁ:

- Se produce papa en 82 municipios, siendo los principales Ventaquemada, Siachoque, Toca, Chíquiza, Cóbbita, Motavita, Soracá, Tunja, Úmbita, Saboyá, Arcabuco y Samacá.

- Las principales variedades sembradas son Pastusa Suprema, Diacol Capiro, ICA Única, Tuquerreña y Parda Pastusa. El 95% se destina al consumo en fresco y el 5% al procesamiento industrial.
- Sus principales mercados son Bogotá, los departamentos del Meta y Casanare, así como, algunos de la Costa Atlántica.
- Dado el alto número de productores, es imprescindible promover la organización empresarial con el propósito de que se obtengan beneficios por economías de escala en la compra de insumos y se gane poder de negociación en los mercados al consolidar volúmenes importantes. Se requiere, también, mejorar aspectos productivos para reducir costos de producción y mejorar la calidad e inocuidad (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - Secretaría Técnica Consejo Nacional de la Papa , 2014).
- Se vienen desarrollando; por parte de algunas asociaciones de productores, actividades de comercialización y posicionamiento con variedades nativas cuyo destino principal son Restaurantes **Gourmet** en Bogotá.

CUNDINAMARCA:

- Los principales municipios productores son Villapinzón, Chocontá, Tausa, Bogotá, Subachoque, Pasca, Zipaquirá, Carmen de Carupa, Lenguaque y Guasca.
- Las principales variedades sembradas son Pastusa Suprema, Diacol Capiro, Parda Pastusa e ICA Única.
- Es el principal departamento proveedor de papa para procesamiento industrial (Diacol Capiro), con rendimientos superiores a las 40 ton/ha.
- El mercado de Corabastos es el referente a nivel nacional para la fijación de precios de papa al productor.

- Desde este departamento se despacha producto para el Eje Cafetero, Medellín, la Costa Atlántica y los Llanos Orientales, principalmente.
- En este departamento se requiere consolidar organizaciones de productores y poner en marcha procesos de agregación de valor.

NARIÑO:

- En este departamento se produce papa en 21 municipios, siendo los principales: Ipiales, Pasto, Pupiales, Túquerres, Sapuyes, Potosí, Guachucal, Aldana, Tangua, Cuaspud y Contadero.
- Se destaca la producción de Pastusa Suprema, Diacol Capiro, ICA Única y Parda Pastusa. Cerca del 10% de su producción se destina al procesamiento industrial en plantas ubicadas en el Valle del Cauca y Bogotá. El 90% restante se destina al consumo en fresco. Es el principal proveedor del Valle del Cauca hacia la Central de Abastecimientos del Valle del Cauca S.A. “CAVASA”.
- Las mayores siembras de papa se concentran en el segundo semestre, por lo cual se convierte en proveedor del centro del país durante los meses de marzo, abril y mayo, que son los meses de menor oferta proveniente del Altiplano Cundiboyacense.
- En este departamento se requiere consolidar organizaciones de productores y poner en marcha procesos de agregación de valor.
- Es el departamento con menores costos de producción como consecuencia del uso de insumos provenientes de Ecuador y el menor costo de la mano de obra.
- Su posición geográfica de ubicación fronteriza con el Ecuador, le ha generado un sinnúmero de situaciones relacionadas con contrabando (de insumos y producto final), dependiendo de la

época del año y de la cambiante situación socio-económico-política del país vecino.

Adicional a todo lo mencionado anteriormente, debe recalcar que en el 2018 se llevó a cabo por la UPRA, el proceso de zonificación del cultivo, el cual tuvo como finalidad identificar las zonas del país que tienen mayor aptitud para el desarrollo de actividades agrícolas propias del cultivo.

Así, es importante que en las zonas donde se desarrolla el cultivo se manifiestan conflictos que afectan la sostenibilidad y competitividad de la cadena (sistema agropecuario) y que precisan focalizar estrategias de reconversión productiva para reducir los conflictos de uso con mecanismos como la creación de valor agregado, la diversificación agropecuaria, la adecuación de tierras, la conversión agropecuaria, cambios tecnológicos, cambio de cultivos, entre otros (UPRA, 2018).

2. MARCO INSTITUCIONAL.

La cadena productiva de la papa cuenta con un grupo grande de entidades públicas y privadas con injerencia en su desempeño, en especial aquellas que participan en la organización de cadena.

- En el eslabón primario, Fedepapa, otras organizaciones de productores nacionales, regionales y locales.
- En el eslabón industrial, las industrias procesadoras y la Cámara de Alimentos de la ANDI
- En el comercio, FENALCO.
- Entre los proveedores de insumos y servicios, se destacan la Cámara Procultivos de la ANDI, las empresas proveedoras de empaques y las empresas proveedoras de semilla certificada.
- Como entidades de vigilancia y control sanitario y de inocuidad, el ICA y el INVIMA.
- Como proveedores de crédito, Finagro y el Banco Agrario, entre otros.
- Como entidades de investigación y desarrollo tecnológico, Agrosavia y las universidades.

- Como entidades de apoyo la DIAN, el DANE, el IGAC, el IDEAM y la POLFA.

Entidades centrales

- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – MADR
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MINCOMERCIO
- Ministerio de Salud y Protección Social - MINSALUD
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible - MINAMBIENTE
- Ministerio de transporte - MINTRANSPORTE
- Departamento Nacional de Planeación - DNP
- Unidad Nacional de Planificación Rural Agropecuaria -UPRA
- Agencia de Desarrollo Rural - ADR
- Procolombia
- Innpulsa Colombia
- SENA

Entidades regionales

- Gobernaciones y Municipios
- Corporaciones Autónomas Regionales
- Autoridades sanitarias locales y regionales
- Centros de formación tecnológica
- Centros de investigación agropecuaria
- Almacenes de insumos
- Centrales mayoristas y plazas de mercado
- Grandes superficies

En el caso del Consejo Nacional de la Cadena de la Papa es un escenario muy importante como órgano consultivo del Gobierno Nacional. Según la UPRA (2020), este es tal vez el Consejo de mejor desempeño en las organizaciones de cadenas productivas. Opera ininterrumpidamente desde 1999 y se consolida como escenario de concertación entre eslabones productivos y de estos con el gobierno. Cuenta con un acuerdo sectorial de competitividad, actualizado en 2010, cuatro Comités Regionales y

Secretarías técnicas permanentes. El Consejo Nacional de la Papa está conformado por:

- El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, quien lo preside
- La Federación Colombiana de Productores de Papa -FEDEPAPA
- La Asociación de Productores de Papa de San José del Galal, Ventaquemada
- Plantar de Colombia
- Cámara PROCULTIVOS de la ANDI
- Compañía de empaques S.A.
- Congelagro S.A.
- Pepsico
- Sánchez y Calderón Ltda.
- Universidad Nacional de Colombia
- AGROSAVIA
- Comités Regionales de Cundinamarca, Boyacá, Nariño y Antioquia
- Unidad Nacional Agropecuaria
- Asociación de productores de papa y otros cultivos de clima frío de Villapinzón - Dignidad Papera Cundinamarca

2.1.1. FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA – FNFP

En 2014 se promulgó la Ley 1707 mediante la cual se aprobó el establecimiento de la cuota de fomento de la papa y la creación del Fondo Nacional de Fomento de la Papa (FNFP), con el objeto de promover la organización de los productores y apoyar el financiamiento de planes, programas y proyectos orientados al fortalecimiento sectorial a partir de: la innovación, investigación y transferencia de tecnología; el control fitosanitario; el mejoramiento de los procesos de postcosecha, transformación e industrialización; el mejoramiento de los sistemas de información y, la conservación y recuperación del entorno ecológico donde se desarrolle el cultivo.

2.1.1.1. MARCO REGULATORIO

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

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

2.1.1.2. CONTRATO DE ADMINISTRACIÓN

Teniendo en cuenta la Ley 1707 de 2014 reglamentada por el Decreto 2263 de 2014 y Decreto 013 de 2016, por el cual, se crea El Fondo Nacional de Fomento de la Papa; se celebra entre la Federación Colombiana de Productores de Papa – FEDEPAPA y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural la suscripción del contrato de administración No. 2015-y sus respectivas prorrogas: hasta el 31 de diciembre de 2020 y mediante otro sí No 2 el cual se prorroga hasta el 30 de junio de 2021 y mediante contrato de administración No. 20210529 por cinco (5) años contados a partir del 01 de julio de 2021, con el objeto de “La administración, recaudo, manejo e inversión de la cuota parafiscal del Fondo Nacional de Fomento de la Papa por parte de la FEDERACIÓN COLOMBIANA DE PRODUCTORES DE PAPA-FEDEPAPA”.

2.1.1.3. RECAUDO

El Fondo Nacional de Fomento de la Papa, es un fondo parafiscal relativamente nuevo y pequeño, a juzgar por el monto de los recaudos:

RECAUDO DE LA CUOTA DE FOMENTO 2015-2021

AÑO	RECAUDO DE LA CUOTA DE FOMENTO
2015	\$ 2.513.476.604
2016	\$ 4.067.899.585
2017	\$ 3.421.636.824
2018	\$ 4.510.706.433
2019	\$ 5.509.683.429
2020	\$ 5.153.605.168
2021	\$ 6.998.273.211
TOTAL	\$ 32.175.281.254

Fuente: Fondo Nacional de Fomento de la Papa -FNFP

Los retenedores más importantes son: industria, con algo más del 33%; fructeros, con 22%, grandes superficies con 20,8%, centrales de abasto con algo menos del 9%, comercializadores 8% y horeca con menos del 3%. Esta distribución sugiere alta evasión e informalidad en el mercado de la papa, en particular en centrales de abasto y comercializadores.

2.1.1.4. PROGRAMAS Y PROYECTOS DE INVERSIÓN

El FNFP cuenta actualmente con tres programas:

**INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA
ESTUDIOS ECONÓMICOS
COMERCIALIZACIÓN**

Los proyectos que han sido formulados en cada programa por vigencias son:

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

PROYECTOS

- ✓ Implementación de tecnologías mediante extensión rural en el sector productivo papa "ITPA"

- ✓ Prevalencia e incidencia de la POD y *verticillium* en papa;
- ✓ Mejoramiento genético de papa *tetraploide* como estrategia de sostenimiento para el sistema productivo en Colombia
- ✓ Respuesta fisiológica y expresión génica de genotipos de papa (*solanum tuberosum* grupo *phureja*) en condiciones de estrés por alta temperatura
- ✓ Plan de acción para la atención de la problemática asociada la presencia de síntomas de punta morada de la papa y del vector *bactericera cockerelli* *sulc* (*hemiptera: triozidae*) en el departamento de Nariño

- **PROGRAMA: ESTUDIOS ECONÓMICOS**

- **PROYECTOS**

- ✓ Sistemas de información de la cadena agroalimentaria de la papa
- ✓ Grupos asociativos para el fortalecimiento empresarial
- ✓ Estudio Sobre Política Comercial Nacional e Internacional de Productos Agrícolas
- ✓ Estudio Comparativo de Formalización del Mercado Laboral Agrícola Colombiano
- ✓ Mecanismos de defensa de la producción nacional y fomento de una competencia leal en papa
- ✓ Marco estratégico para la integración productiva de la cadena y el fortalecimiento empresarial y asociativo en el sector papa

- **COMERCIALIZACIÓN**

- **PROYECTOS**

- ✓ Campaña de promoción al consumo de papa;
- ✓ Promoción y divulgación del FNFP a través de AGROEXPO
- ✓ Asociatividad y fortalecimiento empresarial.

3. PLAN ESTRATÉGICO SECTORIAL

Desde el segmento de la Gestión de Proyectos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa – FNFP en el año 2021 se realizaron mesas de concertación en territorios de los departamentos: Cundinamarca, Boyacá, Nariño y Antioquia en donde se logró recolectar los siguientes datos en cuanto a la identificación de problemáticas y necesidades en la Cadena Agroalimentaria de la Papa.

CUNDINAMARCA

ESLABÓN CADENA PRODUCTIVA	PROBLEMAS
PRODUCCIÓN	Escaso acceso a semillas certificadas
	Dificultad para acceder a agua de calidad destinada a riego
	Altos costos de producción relacionados con el precio de agroinsumos.
TRANSFORMACIÓN	Desconocimiento sobre opciones para transformar con valor agregado y generar subproductos
	Desconocimiento sobre variedades de papa aptas para la industria diferentes a la Diacol Capiro
COMERCIALIZACIÓN	Uso general de métodos tradicionales e incluso informales para vender las cosechas
	Mal estado de las vías de acceso para transportar el producto
	Oscilaciones anormales y constantes de los precios

BOYACÁ

ESLABÓN CADENA PRODUCTIVA	PROBLEMAS
PRODUCCIÓN	Disminución en el número de productores de papa a nivel general en el departamento.
	Escaso acceso a semillas certificadas y estudios de suelos
	Altos costos de producción relacionados con el precio de agroinsumos.
TRANSFORMACIÓN	Desconocimiento sobre opciones para transformar con valor agregado y generar subproductos
	Desconocimiento sobre variedades de papa aptas para realizar lavado y labores de postcosecha
COMERCIALIZACIÓN	Barreras para exportar.
	Escasa participación en ruedas de negocios.
	Oscilaciones anormales y constantes de los precios

NARIÑO

ESLABÓN CADENA PRODUCTIVA	PROBLEMAS
PRODUCCIÓN	Sobreexplotación de los suelos por falta de rotación de cultivos.
	Escaso acceso a semillas certificadas y estudios de suelos
	Altos costos de producción relacionados con el precio de agroinsumos.
TRANSFORMACIÓN	Desconocimiento sobre las características de las variedades de papa aptas para realizar lavado y que tengan vocación industrial
COMERCIALIZACIÓN	Bajos niveles de asociatividad
	Altos niveles de informalidad en la venta de las cosechas.

ANTIOQUIA

ESLABÓN CADENA PRODUCTIVA	PROBLEMAS
PRODUCCIÓN	Disminución paulatina del área sembrada en papa en el departamento y de tierras disponibles para tal fin: migración de los productores hacia el sector floricultor.
	Escaso acceso a semillas certificadas y estudios de suelos
TRANSFORMACIÓN	Escaso acceso a métodos en la generación de valor agregado y subproductos para todos los productores de papa.
COMERCIALIZACIÓN	Desconocimiento sobre otras variedades óptimas para vender al sector industrial: variedad superior es la más viable que ven los productores

3.1. MISIÓN

Promover el mejoramiento competitivo y sostenible de la cadena agroalimentaria de la papa, mediante la concertación, recomendación y ejecución de políticas, estrategias y acciones que con enfoque diferencial permitan mejorar el nivel de vida de los productores y actores vinculados a la

cadena agroalimentaria de la papa, su desarrollo integral y equitativo a partir de una gestión transparente, concertada y legal.

3.2. VISIÓN

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

3.3. OBJETIVO GENERAL

Formular y ejecutar planes, programas y proyectos que propendan al cumplimiento de lo establecido en el artículo 10 de la Ley 1707 de 2014, que además de lo contemplado en el artículo 31 de la ley 101 de 1993, establece:

- A) Apoyar procesos que promuevan la organización de la cadena de la papa, de sus eslabones y, particularmente de los productores;
- B) Apoyar acciones que conduzcan a la regulación de la oferta y la demanda de papa, para proteger a los productores contra oscilaciones anormales de los precios y procurarles un ingreso remunerativo;
- C) Apoyar el financiamiento de planes, programas y proyectos de innovación, investigación y transferencia de tecnología;
- D) Apoyar el financiamiento de planes, programas y proyectos orientados al fortalecimiento e implementación de medidas de control fitosanitario para la protección de la producción nacional frente a la globalización de los mercados de la papa;
- E) Apoyar el financiamiento de planes, programas y proyectos de agregación de valor, en especial de aquellos tendientes al mejoramiento de los niveles de eficiencia en los procesos de postcosecha, transformación e industrialización;

- F) Apoyar la financiación de planes, programas y proyectos orientados a diseñar, implementar y hacer más eficientes los sistemas de información del subsector, con el propósito de proveer instrumentos para la planificación de la producción y los mercados de la papa en el sector público y privado;
- G) Apoyar la financiación de planes, programas y proyectos de formación y capacitación para la modernización tecnológica de la producción, procesamiento y comercialización de la papa;
- H) Apoyar la financiación de planes, programas y proyectos que tiendan a conservar y recupera el entorno ecológico donde se desarrolle el cultivo de la papa;
- I) Divulgar los planes, programas y proyectos financiados con recursos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa.

3.4. ESTRATEGIA 2020

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

- a) Fomentar el consumo de papa, con el fin de incrementar la demanda del producto papa como herramienta para la regulación del precio.
- b) Contar información para el subsector de la papa para la toma de decisiones a favor de la cadena.
- c) Fortalecer el funcionamiento del Consejo Nacional de la Papa, como órgano consultivo del sector.
- d) Establecer acciones para equilibrar la balanza comercial del sector de la papa.
- e) Contar con espacios para la actualización en aspectos técnicos, consumos, empresariales, que incluya la difusión de los proyectos ejecutados con recursos del Fondo Nacional Fomento de la Papa, para los productores de papa del país.

- f) Establecer acciones de competitividad en aspectos: laborales, ambientales, técnicos, investigación, asociatividad, que impactan en los costos de producción de la papa y por ende en la rentabilidad de la papa.
- g) Contar con asistencia técnica especializada en papa, con el fin de incrementar la producción de la papa por hectárea, disminuyendo los costos de producción y aumentando el porcentaje de calidades de papa.

De modo tal que, en aras de consolidar un proceso de formulación objetiva, se presentan a continuación los resultados de la evaluación de dicho plan estratégico de forma consolidada:

EVALUACIÓN DE PILARES ESTRATÉGICOS DE LA VISIÓN 2020¹

Pilar Estratégico	Año	Objetivo	Estrategia	Estado de Cumplimiento de la Acción	Cumplimiento del PILAR
NUTRICIÓN	2016	Fomentar el consumo de papa, con el fin de incrementar la demanda del producto papa como herramienta para la regulación del precio.	Generar momentos de consumo en los diferentes canales de consumo directo a través de la vinculación productor-canal y consumidor.	100%	99%
	2017		Construir plan estratégico de consumo a 5 años.	100%	
	2018-2019		Generar campaña de publicidad de acuerdo al plan estratégico de consumo.	100%	
			Establecer Línea base de consumo Per-Cápita.	100%	
			Aplicar indicadores del plan estratégico de consumo 2017-2021*.	93%	
SUSTENTABILIDAD	2016-2017-2018-2019	Contar información para el subsector de la papa para la toma de decisiones a favor de la cadena.	Generar información transversal para cadena de la papa.	104%	91%
		Fortalecer el funcionamiento del consejo nacional de la	Generar políticas para el sector de la papa, a través del Consejo Nacional de la Papa.	75%	

¹ El anexo 1 Resultado Consolidado para cada una de las vigencias entre 2015 y 2020

Pilar Estratégico	Año	Objetivo	Estrategia	Estado de Cumplimiento de la Acción	Cumplimiento del PILAR
		papa, como órgano consultivo del sector.			
		Establecer acciones para equilibrar la balanza comercial del sector de la papa.	Generar propuestas de política para incrementar la exportación y/o disminuir las importaciones de papa.	95%	
COMPETITIVIDAD	2016-2017-2018-2019	Contar con espacios para la actualización en aspectos técnicos, consumos, empresariales, que incluya la difusión de los proyectos ejecutados con recursos del Fondo Nacional Fomento de la Papa, para los productores de papa del país.	Establecer eventos de capacitación y difusión para la actualización en aspectos técnicos, consumo, empresariales y proyectos del fondo para los productores de papa del país.	78%	93%
		Establecer acciones de competitividad en aspectos: laborales, ambientales, técnicos, investigación, asociatividad, que impactan en los costos de producción de la papa y por ende en la rentabilidad de la papa.	Generar propuestas de política en temas transversales que impacten los costos de producción de la papa.	100%	
	2016-2017-2018-2019	Contar con asistencia técnica especializada en papa, con el fin de incrementar la producción de la papa por hectárea, disminuyendo los costos de producción y aumentando el porcentaje de calidades de papa.	Contar con un equipo técnico especializado en papa, que brinde asistencia técnica directa y capacitación, logrando que los beneficiarios del programa incrementen la producción, disminuyendo los costos de producción, mejorando la oferta del sector, evidenciando resultados que inciden la rentabilidad del agricultor.	100%	

Aunque el cumplimiento en las acciones del Plan Estratégico 2015-2020, están por encima del 90%, lo cual es loable, se debe destacar que, en cuanto a objetivos

estratégicos, este plan fue muy ambicioso para las condiciones que en dicho periodo afrontaba la cadena.

A lo largo de este periodo, se han formulado los siguientes proyectos con el fin de atacar estructurales en el sector:

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

PROYECTOS

- ✓ Implementación de tecnologías mediante extensión rural en el sector productivo papa "ITPA"
 - Tipo proyecto: permanente
 - Periodicidad formulación: anual
 - Vigencias: 2015-2021
- ✓ Prevalencia e incidencia de la POD y verticilium en papa;
 - Tipo proyecto: ocasional
 - Periodicidad formulación: anual
 - Vigencias: 2020-2021
- ✓ Mejoramiento genético de papa tetraploide como estrategia de sostenimiento para el sistema productivo en Colombia
 - Tipo proyecto: ocasional
 - Periodicidad formulación: anual
 - Vigencias: 2020-2021
- ✓ Respuesta fisiológica y expresión génica de genotipos de papa (*solanum tuberosum* grupo phureja) en condiciones de estrés por alta temperatura
 - Tipo proyecto: ocasional
 - Periodicidad formulación: anual
 - Vigencias: 2021
- ✓ Plan de acción para la atención de la problemática asociada la presencia de síntomas de punta morada de la papa y del vector bactericera *cockerelli* sulc (hemiptera: triozidae) en el departamento de Nariño
 - Tipo proyecto: ocasional
 - Periodicidad formulación: anual
 - Vigencias: 2021

- **PROGRAMA: ESTUDIOS ECONÓMICOS**

PROYECTOS

- ✓ Sistemas de información de la cadena agroalimentaria de la papa
 - Tipo proyecto: permanente
 - Periodicidad formulación: anual
 - Vigencias: 2016-2021
- ✓ Grupos asociativos para el fortalecimiento empresarial
 - Tipo proyecto: ocasional
 - Periodicidad formulación: anual
 - Vigencias: 2016
- ✓ Estudio Sobre Política Comercial Nacional e Internacional de Productos Agrícolas
 - Tipo proyecto: ocasional
 - Periodicidad formulación: anual
 - Vigencias: 2016
- ✓ Estudio Comparativo de Formalización del Mercado Laboral Agrícola Colombiano
 - Tipo proyecto: ocasional
 - Periodicidad formulación: anual
 - Vigencias: 2016
- ✓ Mecanismos de defensa de la producción nacional y fomento de una competencia leal en papa
 - Tipo proyecto: ocasional
 - Periodicidad formulación: anual
 - Vigencias: 2020 y 2021
- ✓ Marco estratégico para la integración productiva de la cadena y el fortalecimiento empresarial y asociativo en el sector papa
 - Tipo proyecto: ocasional
 - Periodicidad formulación: anual
 - Vigencias: 2021

• COMERCIALIZACIÓN

PROYECTOS

- ✓ Campaña de promoción al consumo de papa;
 - Tipo proyecto: permanente
 - Periodicidad formulación: anual
 - Vigencias: 2016-2021

- ✓ Promoción y divulgación del FNFP a través de AGROEXPO
 - Tipo proyecto: permanente
 - Periodicidad: cada dos años
 - Vigencias: 2017, 2019 y 2021.

- ✓ Asociatividad y fortalecimiento empresarial
 - Tipo proyecto: permanente
 - Periodicidad: anual
 - Vigencias: 2020.

La inversión de cada uno de estos proyectos responde a los objetivos legales y a los pilares enmarcados en en la **visión 2020** y, debido a su naturaleza, el cumplimiento de cada uno de los indicadores aquí presentados puede ser verificado en las diferentes fichas de proyecto e informes de gestión de cada vigencia. A continuación, se presentan las inversiones aseguradas para cada programa:

INVERSIONES DEL FNFP POR PROGRAMA 2015 – 2021

AÑO	INVERSIÓN							
	GESTIÓN RECAUDO	%	ESTUDIOS ECONÓMICOS	%	INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA	%	COMERCIALIZACIÓN	%
2015	\$ 221.443.096	29%	\$ 50.703.652	7%	\$ 497.923.028	65%	\$ -	0%
2016	\$ 440.324.968	19%	\$ 294.766.302	13%	\$ 963.064.672	41%	\$ 644.737.867	28%
2017	\$ 475.305.590	12%	\$ 180.441.917	4%	\$ 1.526.142.047	37%	\$ 1.900.298.284	47%
2018	\$ 557.009.893	14%	\$ 238.756.530	6%	\$ 1.362.344.769	34%	\$ 1.868.218.246	46%
2019	\$ 658.272.105	23%	\$ 62.603.378	2%	\$ 1.019.020.741	36%	\$ 1.092.378.258	39%
2020	\$ 641.041.564	18%	\$ 179.763.963	5%	\$ 1.118.594.154	32%	\$ 1.574.256.062	45%
2021	\$ 791.241.209	15%	\$ 393.688.258	7%	\$ 2.203.108.108	42%	\$ 1.864.907.257	36%

Fuente: Fondo Nacional de Fomento de la Papa -FNFP

Ahora bien, los retos que se tenían enmarcados en el anterior plan continúan siendo retos de gran relevancia para el sector, sumado a aspectos como la protección y conservación del agua, el buen manejo del suelo, la concientización de los productores por el uso racional de insumos agrícolas, la aplicación de los derechos de los niños, el desarrollo rural, la aplicación de políticas de seguridad social, en

manejo del postconflicto, la disminución del analfabetismo, la aplicación de herramientas tecnológicas, la utilización del sistema financiero, la implementación de acciones preventivas frente al cambio y comportamiento del clima, desafíos que se deberán abordar como sector con el fin de labrar el camino a la sostenibilidad del sistema productivo papa.

3.5. PILARES

Bajo esta línea, y contemplando las problemáticas representadas en las mesas de concertación regionales, este Plan Estratégico Institucional 2021 - 2025 define los lineamientos y acciones que se adelantarán por El Fondo Nacional de Fomento de la Papa para el logro de sus objetivos, indicadores y metas determinadas, todo con el fin de dinamizar variables claves para el mejoramiento visible y significativo de los pilares de *Consumo*, *Sostenibilidad*, *Institucionalidad* y *Competitividad* del sector en torno a los pilares de política y sus líneas de acción, así:

- | | |
|--------------------|------------------------|
| I. Consumo | III. Institucionalidad |
| • Identidad | • Liderazgo |
| • Capacitación | • Representatividad |
| • Comercialización | • Transparencia |
| • Innovación | |
| II. Sostenibilidad | IV. Competitividad |
| • Económica | • Productividad |
| • Social | • Mejoramiento |
| • Ambiental | • Mercado |
| | • Adaptabilidad |

3.5.1. CONSUMO

Este pilar contemplado dentro del plan estratégico sectorial es considerado como el motor de la cadena de valor ya que define todas las bases del uso, formas y momentos del consumo de la papa. Cada acción que contemple la elección, preparación e ingesta de la papa además del hábito dietético y el estilo de vida se enmarcan en este importante eje estratégico.



PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN DE ACCIÓN



De acuerdo con la FAO, la papa es considerada a nivel mundial como un alimento esencial en la seguridad alimentaria ya que se han identificado contenidos de macro y micronutrientes, antioxidantes y componentes fundamentales para la dieta y salud de la población mundial.

Los nuevos desafíos, como el cambio climático, la sostenible ambiental y los rápidos cambios tecnológicos, están transformando el sistema alimentario y plantean interrogantes sobre cómo alimentar a la creciente población mundial de forma sostenible. En este sentido, la papa cuenta con ventajas nutricionales que permiten responder a la necesidad.

Retos como las acciones para incrementar la educación nutricional que permiten enseñar a los consumidores a preparar y disfrutar la papa como alimento esencial, identificar nuevos momentos de consumo y sobre todo aumentar el consumo per-cápita, tiene la responsabilidad compartida el estado, el gremio y el sector privado.

Para llevar a cabo acciones efectivas de fomento al consumo, se vienen examinando constantemente los aspectos que enmarcan los inhibidores de consumo, las formas de preparación y los hábitos del consumidor de papa quien toma decisiones frente a la información que tiene sobre este producto clave de la canasta familiar.

- *Identidad: Es el código genético de la estrategia, la esencia competitiva del sector.*
- *Capacitación: trabajar por tener consumidores educados capaces de emprender un consumo responsable.*
- *Comercialización: impulsar acciones tácticas en el mercado que propicien una mayor demanda de la papa nacional.*
- *Innovación: fomentar nuevos usos de la papa.*



PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN DE ACCIÓN



3.5.2. SOSTENIBILIDAD

Son todas las acciones eficientes del sistema productivo papa enmarcadas en el entorno externo tales como el contexto político, el medio ambiente, avances tecnológicos y los aspectos económicos y sociales los cuales mantienen el equilibrio sostenible. Para el sector de la papa este gran desafío consiste en diseñar y ejecutar estrategias en conjunto con los actores claves generando continuamente mayores avances ajustados a los diferentes entornos.

En una tendencia como la de hoy, en donde cada vez se vuelve más vulnerables en su permanencia los diferentes sectores agropecuarios debido a la escasez de recursos naturales, la globalización, los desafíos sociales y los desarrollos tecnológicos es fundamental fortalecer los lineamientos de la cadena de valor.

Los lineamientos o políticas establecen el marco para la gestión del Desarrollo Sostenible y la responsabilidad social del sector de la papa, con base a estándares y protocolos formales que a través de compromisos relacionados con el cumplimiento legal, el comportamiento ético, la creación de valor compartido, las buenas prácticas agrícolas, el bienestar de los productores, la contribución a la sociedad, el involucramiento y desarrollo de la comunidad, el respeto a los derechos humanos, la protección de la población infantil, el trabajo responsable socio-ambiental con un enfoque preventivo y de eco-eficiencia y la satisfacción del consumidor.

Las estrategias sustentables no solo asegurarán la estabilidad de los diferentes actores de la cadena de valor si no que conducen y conectan el trabajo en conjunto entre los grupos de interés asegurando su equilibrio en el tiempo.

- *Económica: es la capacidad que tiene una organización de administrar sus recursos y generar rentabilidad de manera responsable y en el largo plazo.*
- *Social: se refiere a la capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin poner en riesgo la capacidad de las nuevas generaciones de satisfacer las suyas en el futuro.*
- *Ambiental: se refiere a enfatizar en la búsqueda del equilibrio entre el respeto al medio ambiente, el crecimiento económico y el bienestar social.*

3.5.3. INSTITUCIONALIDAD

Todas las acciones colectivas que establezcan canales de articulación y que permitan la igualdad de condiciones en el acceso a la oferta institucional del Fondo, bajo la premisa de que este acceso dependerá también de la capacidad o iniciativas de gestión de los productores y asociaciones o cooperativas, que presentan sus demandas para aplicar a los diferentes instrumentos que se tendrán disponibles para los grupos objetivos, bajo los pilares de:

- *Liderazgo: conjunto de habilidades que sirven para influenciar en la manera positiva en la estructura social y productiva del sector.*
- *Representatividad: fortalecer el colectivo de actores de la cadena agroalimentaria papa.*
- *Transparencia: se refiere a establecer mecanismos para una rendición de cuentas clara y concisa.*

3.5.4. COMPETITIVIDAD

La competitividad es entendida como la capacidad que debe tener el sector de la papa para lograr mayores resultados de forma comparable con respecto



PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN DE ACCIÓN



al resto del mundo, es decir, la innovación, la información actualizada y la adaptación al cambio deben conjugar con las acciones que la cadena de valor apliquen en la estrategia sectorial.

Cada actividad que involucre la formalización y que conlleve al equilibrio del sector se considera que es competitiva cuando se permite medir la eficiencia de la misma debido a que afecta de manera positiva o negativa los diferentes eslabones de la cadena de valor. En su efecto las variables económicas como la rentabilidad, la calidad del producto, los costos de producción, el precio final, el mercadeo, la promoción, los canales de distribución entre otras son aspectos que se tienen en cuenta para el desarrollo de las acciones que conduzcan al mejoramiento de cada una de ellas.

En los aspectos competitivos se implementan las ventajas comparativas y las ventajas competitivas las cuales permiten tener una relación de medición frente a otros países, sectores y segmentos del sector de la papa. En el caso de las ventajas comparativas, estas se contrastan frente a los diferentes países productores y consumidores como la productividad, la rentabilidad y el consumo per-cápita, mientras que las ventajas competitivas se basan en la tecnología aplicada, los conocimientos y capacidades humanas además de la implementación del buen manejo en los costos de producción, aprovechamiento de los recursos, la agregación de valor al producto final y el eficaz manejo y selección de los eslabones de la cadena de valor para llegar al consumidor final.

Un análisis de la competitividad económica del sector de la papa se basa en la información que frecuentemente registra las diferentes entidades gubernamentales y no gubernamentales en donde definen indicadores claves los cuales enmarcan el enfoque de las estrategias sectoriales.

Para el sector de la papa es importante trabajar en proyectos orientados a la disminución de los costos de producción, la mecanización en los cultivos, el acompañamiento técnico, la comercialización del producto, la adopción de nuevas tecnologías en insumos, los centros de agregación de valor, el



financiamiento, nuevos mercados, entre otros aspectos, para lo cual es necesario profundizar en la modernización del sector a través de políticas públicas y la gestión de proyectos.

DOCUMENTO CONTROLADO



PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN DE ACCIÓN



BIBLIOGRAFÍA

- Centro de Investigación Económica y Social - Fedesarrollo. (Marzo de 2021). Análisis de la productividad del sector agropecuario en Colombia y su impacto en temas como: encadenamientos productivos, sostenibilidad e internacionalización, en el marco del programa Colombia más competitiva. Fedesarrollo.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas - DANE. (2014). Tercer Censo Nacional Agropecuario. DANE.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas - DANE. (2020). Abastecimiento en Centrales Mayoristas. DANE.
- López, L. R. (2006). Ruralidad y educación rural. Referentes para un Programa de Educación Rural en la Universidad. Revista Colombiana de Educación, núm. 51, julio-diciembre, 2006,, 138-159.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - Secretaría Técnica Consejo Nacional de la Papa . (2014). Acuerdo de Competitividad de la Cadena Agroalimentaria de la Papa.
- UPRA, U. (2020). Analisis Situacional de la Cadena Papa. <https://www.upra.gov.co/web/guest/plan-de-ordenamiento-productivo-para-la-cadena-de-papa>.
- Banco Interamericano de Desarrollo, BID (2013). Documento de marco sectorial de agricultura y gestión de recursos naturales. Washington D.C.: BID, División de Medio Ambiente, Desarrollo Rural y Administración de Riesgos por Desastres.
- Groenfeldt, D. & Sun, P. (1997). The Concept of Participatory Irrigation Management. Medit N° 2.
- Hanjra, M. A.; Ferede, T. & Gutta, D. G. (2009). Reducing poverty in sub-Saharan Africa through investments in water and other priorities. Agricultural Water Management 96: 1062-1070.
- Hernández, A. & Becerra, A. (2013). Capital básico para la agricultura colombiana. En Perfetti, J. J. et al. Editores. Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia. Bogotá: Fedesarrollo - SAC.
- Junguito, R., Perfetti, J. J., & Becerra, A. (2014). Desarrollo de la agricultura colombiana. Fedesarrollo. Cuadernos de Fedesarrollo N° 48.