

Informe de Gestión

2017



TABLA DE CONTENIDO

1. MARCO LEGAL.....	4
2. CONTRATO ADMINISTRACIÓN - FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA.....	5
3. TRASLADO DE RECURSOS POR PARTE DE ASOHOFRUCOL.....	6
4. ENTORNO ECONÓMICO	7
4.1. CONTEXTO INTERNACIONAL.....	7
4.2. LA PAPA EN COLOMBIA.....	13
5. RECAUDO CUOTA DE FOMENTO.....	41
5.1. GESTIÓN REALIZADA.....	42
6. INFORME PRESUPUESTAL Y FINANCIERO	61
7. INFORME DE TESORERÍA	62
8. INFORME PROGRAMAS Y PROYECTOS	63
a. PROGRAMA: ESTUDIOS ECONÓMICOS.....	64
PROYECTO: SISTEMATIZACIÓN, CONTROL A LA EVASIÓN Y ELUSIÓN DE LA CUOTA DE FOMENTO DE LA PAPA	64
PROYECTO: SISTEMAS DE INFORMACIÓN	75
PROYECTO: GRUPOS ASOCIATIVOS PARA EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL.....	84
b. PROGRAMA: INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA	94
PROYECTO: NÚCLEOS PROGRESIVOS DE ASISTENCIA TÉCNICA EN EL SECTOR PRODUCTIVO DE PAPA	94
c. PROGRAMA: COMERCIALIZACIÓN	114
PROYECTO: PROMOCIÓN AL CONSUMO DE PAPA 2017.....	114
PROYECTO: PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DEL FNFP A TRAVÉS DE AGROEXPO.....	132

9. SISTEMAS - CUMPLIMIENTO NORMAS DERECHO DE AUTOR.....	138
10. CONTRATACIONES Y SEGUROS	139
11. ACTIVOS.....	146
12. REUNIONES JUNTA DIRECTIVA	147
13. ENTIDADES DE CONTROL.....	148
14. ESTADOS FINANCIEROS.....	149

INFORME DE GESTIÓN SEMESTRE I DE 2017

1. MARCO LEGAL

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

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

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

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

3. TRASLADO DE RECURSOS POR PARTE DE ASOHOFrucOL

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

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, notificando tal situación a las entidades de control (Contraloría General de la República y la Procuraduría Agraria) solicitando su intervención en este proceso.

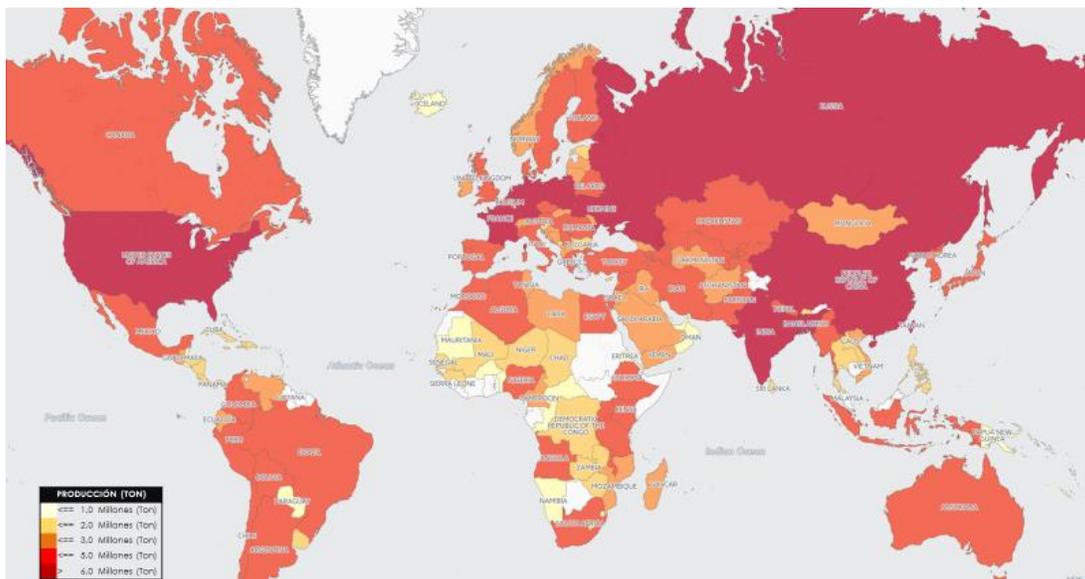
4. ENTORNO ECONÓMICO

4.1. CONTEXTO INTERNACIONAL

PRODUCCIÓN

La producción mundial de papa para el año 2017 se estima cercana a los **392 millones de toneladas (Ton)**, lo que equivale a un **1,8% más que el 2016**. Este crecimiento se ve impulsado en gran medida por el avance de China, (mayor productor de papa del mundo), que se cree su producción se ubicará en 100 millones¹ de toneladas (Ton) para este periodo, creciendo a una tasa de 2,4% con respecto al año anterior.

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



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

¹ Estimación basada en cifras del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, USDA. (Potatoes and Potato Products Annual).

En Alemania y Francia, la producción de papa se contrajo ligeramente en -3% y -1,9% frente al año anterior, respectivamente. Este hecho se ve explicado por el paso de una primavera húmeda y fresca, seguida de verano cálido y seco, lo cual termina afectando en mayor medida las nuevas variedades industriales².

En el caso de Colombia, la producción representa el 0,7% del total mundial, sin embargo, su tasa de crecimiento de 13,5% frente al año anterior se destaca sobre los demás países. Este incremento, responde a las condiciones favorables para el cultivo en el país, en lo que refiere a precipitaciones y recuperación de los rendimientos, dándose a lugar estos eventos luego de la presencia del fenómeno de “El Niño” en 2016.

TABLA 1. PRODUCCIÓN* MUNDIAL DE PAPA 2016-2017

País	Ranking	Participación 2017	Producción (Ton)*		
			2016	2017	Var (%)
China	1	26%	98.101.794	100.421.820	2,4%
India	2	12%	46.675.540	47.481.779	1,7%
Rusia	3	8%	31.240.675	31.631.110	1,2%
Ucrania	4	6%	23.143.251	23.310.526	0,7%
Estados Unidos	5	5%	20.264.061	20.642.133	1,9%
Alemania	6	3%	10.326.031	10.013.562	-3,0%
Bangladesh	7	2%	8.893.663	9.010.827	1,3%
Francia	8	2%	7.380.685	7.240.275	-1,9%
Polonia	9	2%	7.562.856	7.635.909	1,0%
Países Bajos	10	2%	6.861.842	6.885.124	0,3%
Colombia	30	0,7%	2.423.700	2.751.837	13,5%
Grupo de los 10		67%	260.450.399	264.273.065	1,5%
Grupo de los 10 + Colombia		68%	263.024.373	267.024.902	1,5%
Total		100%	385.347.368	392.445.036	1,8%

*Estimado

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

² Asociación de Cultivadores de patata del noroeste de Europa, Comité Nacional Interprofesional de la Patata de Francia, 2017.

MERCADO INTERNACIONAL

En los últimos años, el comercio internacional ha presentado un aumento debido al proceso de globalización, lo cual ha generado una serie de reformas (económicas, comerciales, institucionales, entre otras), que buscan mejorar los niveles de competitividad de los productos. En este marco, la economía agrícola juega un papel estratégico, pues la apertura comercial exige *per se* mejorar la competitividad.

De acuerdo con la Organización Mundial de Comercio de las Naciones Unidas ³, la papa en materia de comercio internacional ha experimentado un fuerte dinamismo entre los productos no tradicionales, a pesar de tener una inclinación hacia el abastecimiento de la demanda interna, y alcanzar intercambios con el exterior cercano al 5% con respecto a la producción mundial.

Según este organismo, para el 2016 se registraron importaciones por 21 millones de toneladas y exportaciones por 20 millones de toneladas, lo que representa un incremento del 7% y 5% frente al año anterior, respectivamente. Destacándose, como los mayores exportadores de papa Bélgica y Países Bajos (Holanda), quienes en conjunto acumulan año a año, una participación superior al 40%.

En lo corrido a mayo de 2017, las importaciones acumulaban 10,1 millones de toneladas, mientras que las exportaciones 7,03 millones de toneladas⁴.

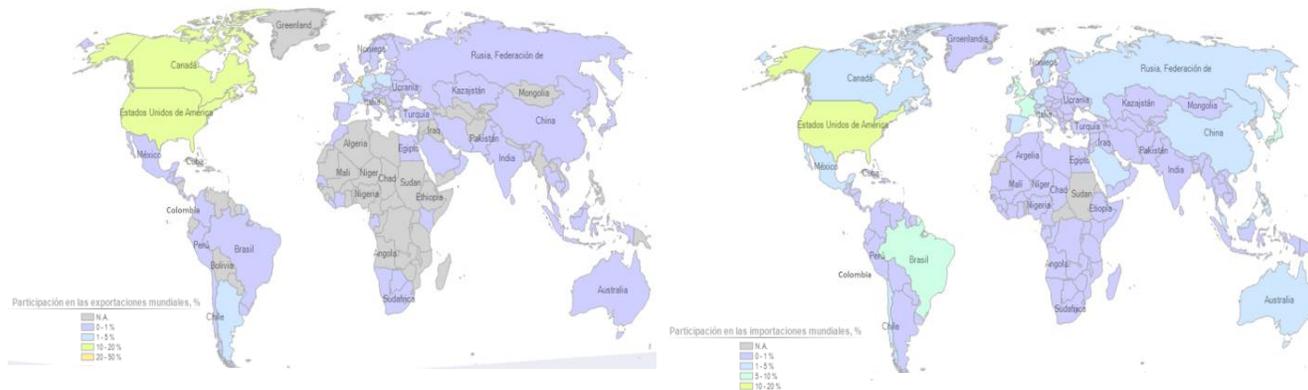
³ Uncomtrade

⁴ En este cálculo se tuvieron en cuenta siete (7) subpartidas: **0701.10.00**: Papas (patatas) preparadas o conservadas -Semilla; **0701.90.00**: Papas (patatas) preparadas o conservadas -otro; **0710.10.00**: Papas (patatas) aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas; **1105.10.00**: Harina, sémola y polvo de papa (patata); **1105.20.00**: Copos, gránulos y "pellets" de papa (patata); **2004.10.00**: Papas (patatas) preparadas o conservadas

GRÁFICO 2. PARTICIPACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE PAPA 2017*

EXPORTACIONES

IMPORTACIONES



*Acumulado preliminar a mayo

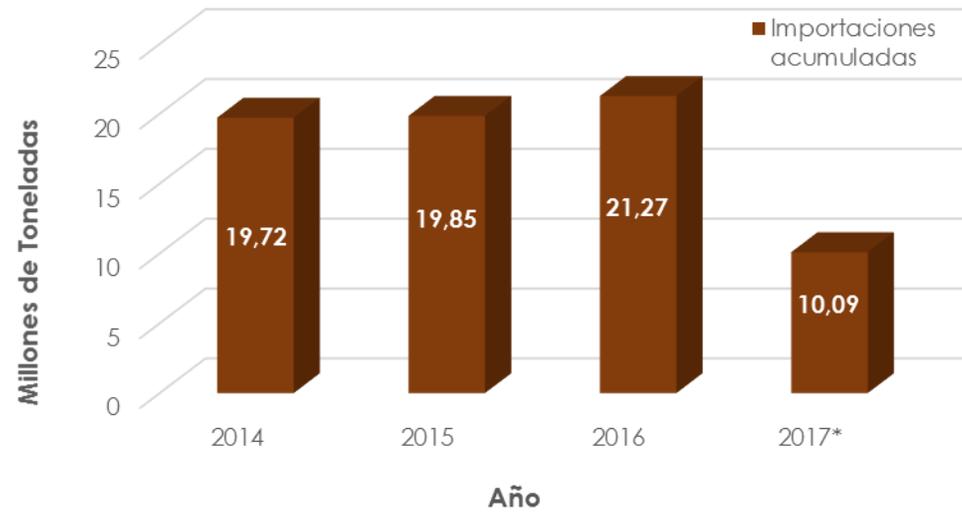
Fuente: UNcomtrade - Cálculos Sistemas de Información y Estudios Económicos Fedepapa- FNFP

Se observa en el gráfico 2, como en el comercio mundial de la papa, se ha presentado mayor dinamismo y participación de los países desarrollados⁵, además de una mayor diversificación de la oferta y la demanda en los países en vía de desarrollo.

(excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas; y **2005.20.00:** Papas (patatas), preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar.

⁵ Especialmente Bélgica y Países Bajos, y en menor medida Estados Unidos y Canadá.

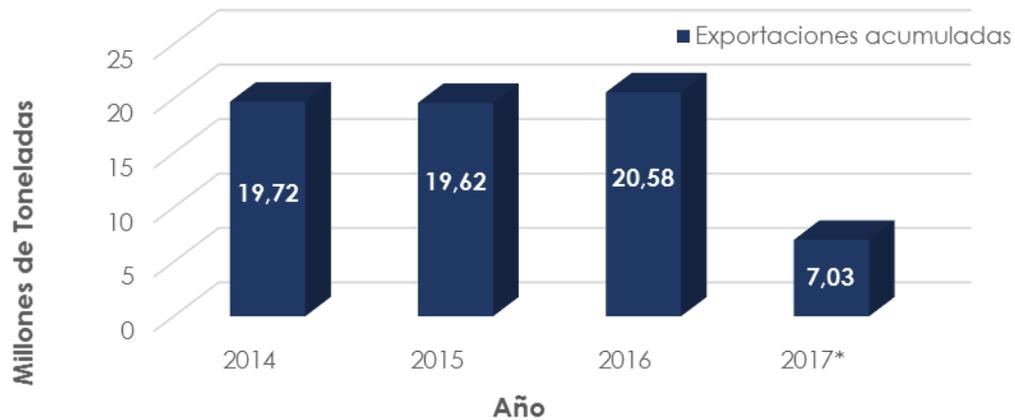
**GRÁFICO 3. IMPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA
2014-2017***



*Acumulado preliminar a mayo

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

**GRÁFICO 4. EXPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA
2014-2017***

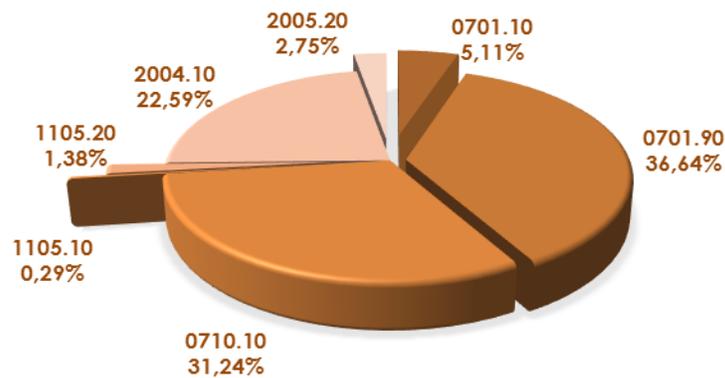


*Acumulado preliminar a mayo

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

La papa puede comercializarse de distintas maneras, en fresco para consumo o para semilla, y claramente para procesamiento. Esta última, es una de las subpartidas que más peso tiene en el comercio internacional de papa (2004.10.00.00 referente a papa precocida congelada), y en el preliminar de la Organización Mundial del Comercio a mayo de 2017 acumulan 2,3 millones de toneladas, sobresaliendo Estados Unidos, Canadá, Bélgica, Francia, Alemania, Reino Unido y Brasil como los principales demandantes.

GRÁFICO 5. PARTICIPACIÓN POR SUBPARTIDAS EN LAS IMPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA 2017*

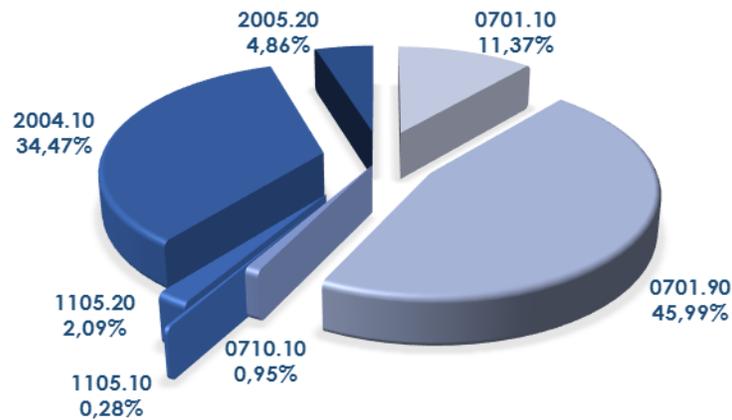


*Acumulado preliminar a mayo

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

Las exportaciones de papa que se dan lugar en el mundo tienen como grandes figuras a Bélgica y Países Bajos (Holanda), con participaciones por el orden de 33% y 29%, respectivamente. En el primer caso, las exportaciones son principalmente de papa precocida congelada, mientras que en el segundo son hojuelas y harina de papa, papas para siembra, y en menor medida papa precocida congelada.

GRÁFICO 6. PARTICIPACIÓN POR SUBPARTIDAS EN LAS EXPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA 2017*



*Acumulado preliminar a mayo

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

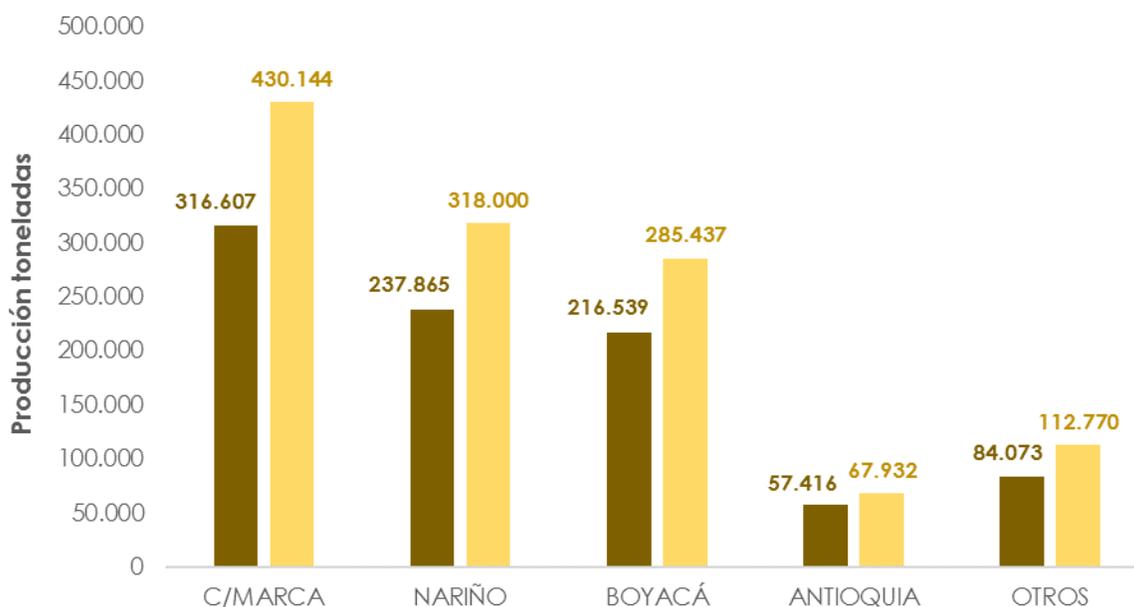
4.2. LA PAPA EN COLOMBIA

PRODUCCIÓN Y ÁREA SEMBRADA

La producción de Colombia para 2017, se estima en 2,75 millones de toneladas/año, lo que representa 13,5% más que el año anterior, este crecimiento se debe a que, en el 2016, el fenómeno de “El Niño” afectó fuertemente la oferta de papa en el primer semestre, causando un intenso verano y ausencia de lluvias que comprometieron el desarrollo y oferta de los tubérculos.

Durante este primer semestre, la producción se ubica en 1,2 millones de toneladas, representando así un incremento del 33% con respecto al mismo periodo del año anterior. Los departamentos que más crecieron fueron Cundinamarca 36%, Nariño 34%, Boyacá 32% y Antioquia 18%.

GRÁFICO 7. PRODUCCIÓN DE PAPA (TONELADAS) COMPARATIVO SEMESTRE A 2016A-2017A*



*Preliminar

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

TABLA 2. CRECIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE PAPA 2016-2017*

VARIACIÓN SEMESTRAL	C/MARCA	NARIÑO	BOYACÁ	ANTIOQUIA	OTROS	TOTAL
	36%	34%	32%	18%	34%	33%

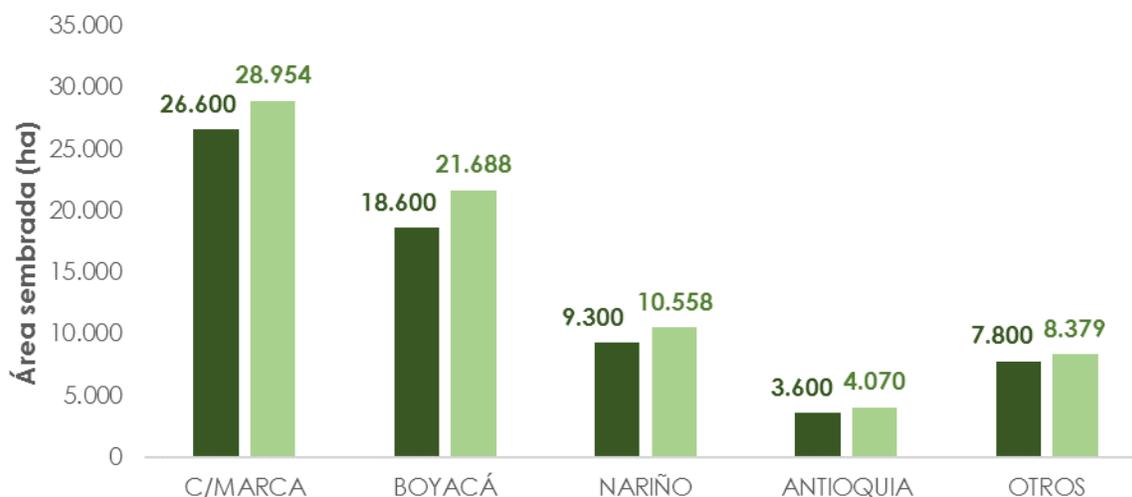
*Preliminar

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

Por otro lado, el área sembrada se estimó en 132 mil hectáreas/año, lo que representa 5% más que el año anterior. Para este semestre, el área se ubica en 73.648 hectáreas, representando así un incremento del 12% con respecto al mismo periodo del año anterior. Los departamentos que más crecieron en área fueron Boyacá 17%, Nariño 14%, Antioquia 13% y Cundinamarca 9%.

El incremento en el área se debe principalmente a la mayor presencia de precipitaciones en el territorio nacional, y en consecuencia, recuperación de la productividad, vía rendimiento del cultivo. A estos hechos se le suma, que durante el primer semestre del año anterior los precios alcanzaron máximos históricos, generando un volcamiento en las expectativas de los productores hacia la expansión del cultivo.

GRÁFICO 8. ÁREA SEMBRADA DE PAPA (TONELADAS) COMPARATIVO SEMESTRE A 2016A-2017A*



*Preliminar

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

TABLA 3. CRECIMIENTO DEL ÁREA SEMBRADA DE PAPA 2016-2017*

VARIACIÓN SEMESTRAL	C/MARCA	BOYACÁ	NARIÑO	ANTIOQUIA	OTROS	TOTAL
	9%	17%	14%	13%	7%	12%

*Preliminar

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

TABLA 4. RESUMEN DE LAS PRINCIPALES VARIABLES DEL SUBSECTOR

INDICADOR	2014	2015	2016	2017* <i>proy</i>
Producción	2,57	2,69	2,42	2,75
<i>Crecimiento producción</i>	-7%	8%	-10%	14%
Área	122.300	125.600	126.100	132.161
<i>Crecimiento área</i>	-4%	3%	0,4%	5%
Rendimiento	20	21	19	21
<i>Crecimiento rendimiento</i>	-3%	5%	-11%	8%

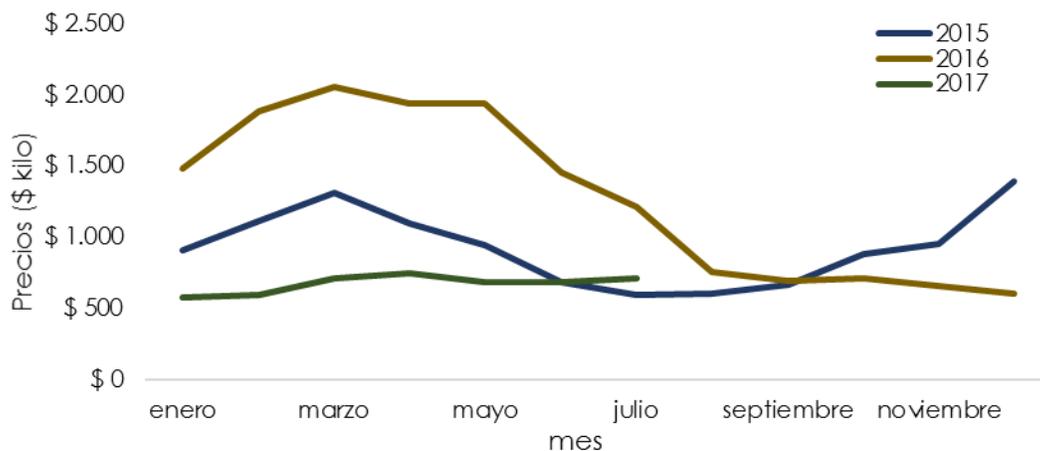
*Proyectado

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

PRECIOS

El precio mensual de las diferentes variedades de papa, comparado con años anteriores, consolida una tendencia a la baja durante este primer semestre de 2017, destacándose abril, como el período con el precio más alto registrado (\$745 por kilo), y enero con el más bajo (\$576 por kilo).

**GRÁFICO 9. PRECIO PROMEDIO MENSUAL POR KILO DE PAPA
2015-2017**



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

Para el mes de junio, el precio promedio mensual de la papa⁶ en los principales departamentos productores fue de \$686 por kilo, lo que representa 1% menos que el mes anterior y 53% menos frente al mismo mes en el año 2016.

TABLA 5. PRECIO PROMEDIO MENSUAL POR KILO DE PAPA⁶

MES	AÑO					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Enero	348	639	543	911	1.482	576
Febrero	364	628	571	1.112	1.882	596
Marzo	364	699	781	1.314	2.059	706
Abril	353	690	1.034	1.097	1.943	745
Mayo	394	792	988	941	1.935	680
Junio	398	809	934	682	1.456	686
Julio	406	847	884	591	1.212	-
Agosto	405	825	831	600	756	-
Septiembre	349	601	781	663	697	-
Octubre	358	573	783	883	707	-
Noviembre	364	573	800	957	657	-
Diciembre	348	546	832	1.390	607	-
PROMEDIO ANUAL	371	688	816	920	1.270	669

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

La variedad de papa blanca⁷, con precio promedio por kilo más alto en el semestre fue Tuquerreña, con un promedio \$794, un 38% por encima del precio promedio nacional. En contraste, la papa Betina presentó el precio más bajo, con un promedio en el periodo de \$322, un 44% menos que el precio promedio nacional. El precio promedio nacional en el periodo de análisis para estas variedades fue \$575 por kilo.

⁶ Agrupa todas las variedades: Betina, Criolla, Diacol Capiro, ICA-Nevada, ICA-Puracé, ICA-Única, Tuquerreña, Parda Pastusa, Pastusa Suprema y Superior.

⁷ Las papas blancas son: Tuquerreña, Pastusa, Suprema, Superior, Diacol Capiro, Betina e Ica's única y nevada.

Seguidamente, la papa criolla (lavada⁸ y sucia), logra generar una diferencia física que consigue ser capturada por el mercado, por lo que el comportamiento de los precios suele diferenciarse del ciclo de las papas blancas.

Esta variedad alcanzó su precio máximo (\$1.010 por kilo) hacia el mes de abril. Mientras que el más bajo (\$563) en enero. El promedio nacional para el periodo de análisis de esta variedad fue de \$908 y \$624 por kilo, para la limpia y sin lavar, respectivamente.

**TABLA 6. PRECIO PROMEDIO I SEMESTRE
COMPARATIVO 2016-I Y 2017-I**

VARIEDAD	2016-I	2017-I	VAR (%)
ICA-Nevada	\$ 1.959	\$ 1.299	-34%
ICA-Nevada Limpia	\$ 2.106	\$ 1.054	-50%
Criolla Limpia	\$ 2.869	\$ 908	-68%
Diacol Capiro Limpia	\$ 1.642	\$ 825	-50%
Tuquerreña	\$ 1.690	\$ 794	-53%
Criolla Sin Lavar	\$ 2.025	\$ 624	-69%
ICA-Puracé Limpia	\$ 1.239	\$ 615	-50%
Diacol Capiro	\$ 1.197	\$ 526	-56%
Parda Pastusa	\$ 1.220	\$ 465	-62%
Superior	\$ 1.258	\$ 431	-66%
Pastusa Suprema	\$ 1.112	\$ 399	-64%
ICA-Única	\$ 1.003	\$ 363	-64%
Betina	\$ 909	\$ 322	-65%
Precio promedio semestral variedades	\$ 1.651	\$ 622	-62%

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

Según el boletín de precios mayoristas del DANE, en el mes de enero del presente año, el mercado mayorista bajó el precio de la papa criolla limpia, la parda pastusa y suprema,

⁸ Esta categoría presenta un mayor precio en comparación con las otras, principalmente por el proceso de agregación de valor.

siendo la mayor caída en Medellín, donde los precios registraron una variación del 71,86%, seguido de Barranquilla con 59,55%.

Para febrero, en cambio, bajaron los precios mayoristas de la papa Diacol Capiro, parda pastusa y suprema, además se incrementaron los precios de la papa criolla limpia y única. Puntualizando en el caso de la papa criolla limpia, el DANE afirma que el alza se presentó en 32 de los 42 mercados donde se negoció.

Marzo, fue el primer mes con tendencia consolidada al alza, pues subieron los precios mayoristas de la papa criolla limpia, Diacol Capiro, única, parda pastusa y suprema. Ahora, en el primer caso (papa criolla limpia), el alza se presentó en los 42 mercados donde se negoció.

En su boletín de precios mayoristas, el DANE sostiene que ingresó menor cantidad de producto de primera calidad desde el altiplano cundiboyacense, donde las lluvias han afectado los cultivos y ocasionaron retrasos en la recolección; además ingresó menos cantidad de producto desde Ipiales (Nariño), La Unión, Sonsón, El Carmen de Viboral (Antioquia), Mutiscua y Chitagá (Norte de Santander).

Para abril, la papa criolla limpia, subió por tercer mes consecutivo y el alza se presentó en los 42 mercados donde se negoció, por ejemplo, en Cali y Medellín el incremento fue 46,37% y 79,15%, respectivamente.

En mayo descendieron los precios de la papa Única, Suprema, Parda Pastusa y Diacol Capiro, lo que se explica por un mayor abastecimiento.

Finalmente, en el mercado mayorista en el mes de junio descendieron los precios de la papa Diacol Capiro, única, Parda Pastusa, Suprema, Nevada y Superior. El descenso de la cotización obedeció al mayor nivel de ingreso desde las provincias de Centro y Márquez, en

Boyacá, donde hay cultivos en fase de recolección, a lo que se sumó el abastecimiento del tubérculo procedente de Cundinamarca y Nariño.

COMERCIO EXTERIOR DE PAPA

En materia internacional, es notable ver el déficit de la balanza comercial de papa en Colombia, resaltando que, en los últimos años las importaciones han crecido abismalmente, contrario a lo que sucede con las exportaciones que apenas logran superar las 1.000 toneladas anuales.

Hacia el 04 mayo de 2017, El Fondo Nacional de Fomento de la Papa- FNFP y La Federación Colombiana de Productores de Papa- Fedepapa, inició un proceso de denuncia ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para determinar un posible dumping⁹ en las importaciones provenientes de Alemania, Francia, Bélgica y Países Bajos (Holanda), a la subpartida arancelaria 2004.10.00 que refiere a papas (patatas) preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético).

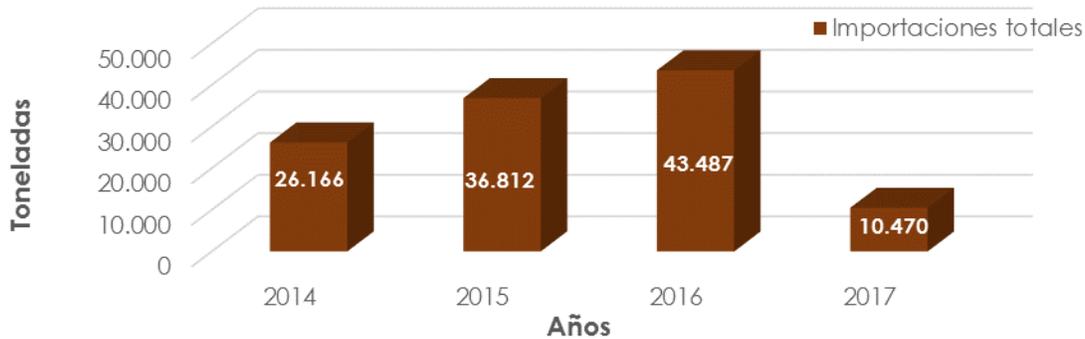
IMPORTACIONES

Para el año 2016, las importaciones se ubicaron en 43.487 toneladas¹⁰, lo que representa 24% más que el año anterior.

⁹ El dumping consiste en vender un producto por debajo de su precio normal, o incluso por debajo de su coste de producción, con el fin inmediato de ir eliminando las empresas competidoras y apoderarse finalmente del mercado.

¹⁰ En este cálculo se tuvieron en cuenta siete (7) subpartidas: **0701.10.00:** Papas (patatas) preparadas o conservadas -Semilla; **0701.90.00:** Papas (patatas) preparadas o conservadas -otro; **0710.10.00:** Papas (patatas) aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas; **1105.10.00:** Harina, sémola y polvo de papa (patata); **1105.20.00:** Copos, gránulos y "pellets" de papa (patata); **2004.10.00:** Papas (patatas) preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas; y **2005.20.00:** Papas (patatas), preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar.

GRÁFICO 10. IMPORTACIONES DE PAPA COLOMBIA
2014-2017*



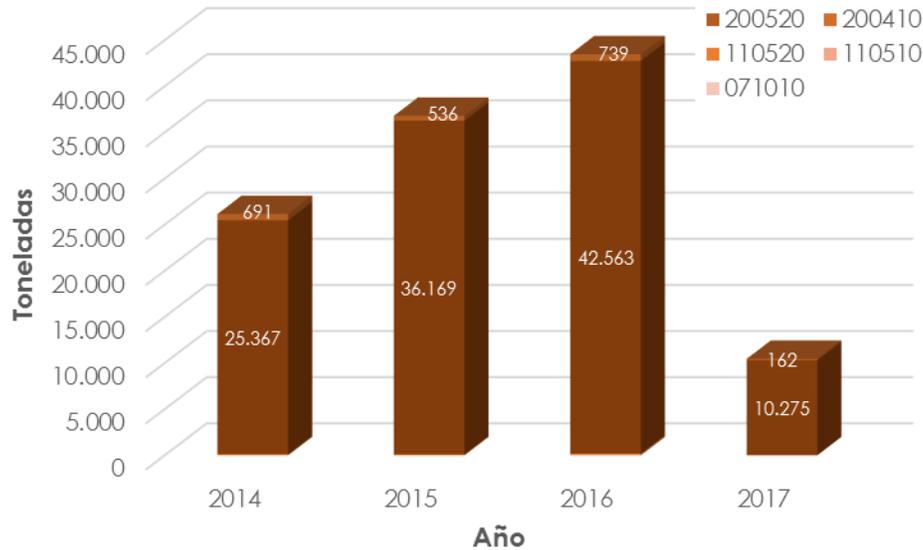
*Acumulado preliminar a marzo

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

Los volúmenes importados de la subpartida 2004.10.00.00, ha presentado fuertes incrementos en el periodo 2014-2016, creciendo en volumen 56%, en contraste, las provenientes de Bélgica lo hicieron en 229%, Alemania 37% y Países Bajos (Holanda) 17%.

En lo corrido del año a marzo, las importaciones de papa de Colombia lograron acumular 10.470 toneladas, 13% más que el mismo periodo del año anterior. Teniendo en cuenta que, la mayor cuantía la ocupa la papa precocida congelada (2004.10.00.00), la cual representa el 98%, del total de las importaciones de papa en el país.

**GRÁFICO 11. IMPORTACIONES DE PAPA DE COLOMBIA POR SUBPARTIDA
2014-2017***



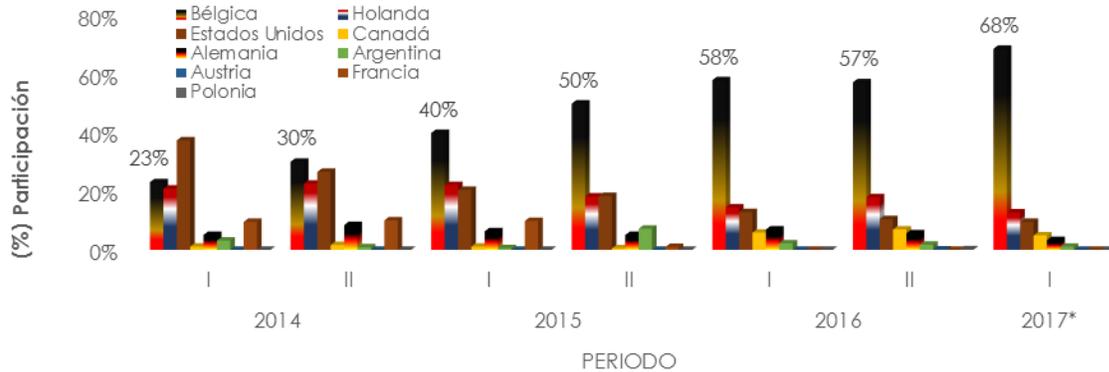
*Acumulado preliminar a marzo

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

Los orígenes de las importaciones de la subpartida de papas precocida congelada (2004.10.00) son principalmente países de la Comunidad Europea, los cuales representan en conjunto el 80% de las importaciones de papa. Resaltándose que, en comparación a marzo del año anterior, han aumentado 14%, hecho que responde a la enorme industrialización de países europeos, el avance en nuevas variedades industriales del tubérculo, y los bajos costos a los que ingresan al país.

En esta misma subpartida, se destaca el crecimiento de las importaciones de Bélgica ante los demás, pasando así de participar el 23% en el semestre I de 2014 a 68% en el semestre I de 2017, lo que significa que su participación en las importaciones de Colombia ha crecido 197%. Esto se puede evidenciar a continuación:

GRÁFICO 12. PARTICIPACIÓN SEMESTRAL POR PAÍS DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE PAPA PRECOCIDA CONGELADA CON DESTINO COLOMBIA



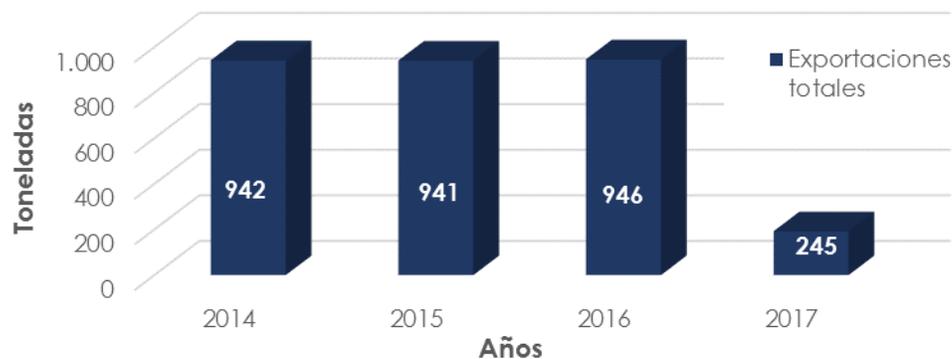
*Acumulado preliminar a marzo

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

EXPORTACIONES

Las exportaciones de papa en fresco históricamente han llegado a decrecer hasta el 96%, debido al cierre del mercado natural venezolano. Para 2014 las exportaciones de papa fueron 942 toneladas, mientras que a 2016 permanecen estables en 946 toneladas.

GRÁFICO 13. EXPORTACIONES DE PAPA COLOMBIANA 2014-2017*



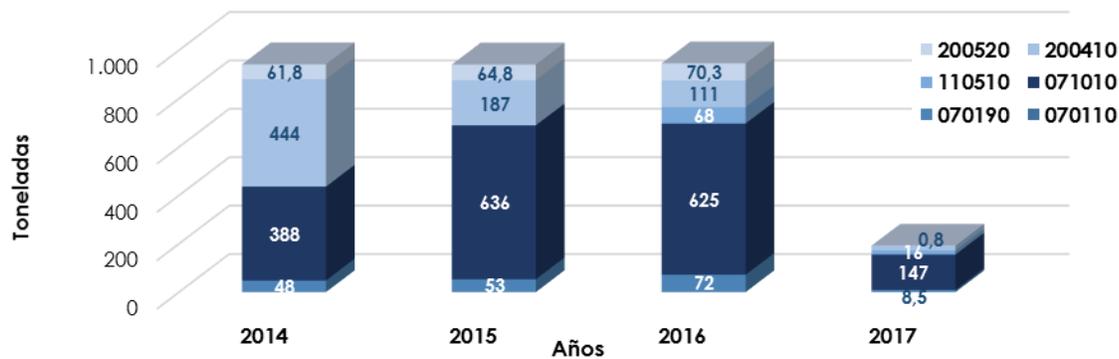
*Acumulado preliminar a marzo

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

En lo corrido a marzo de 2017, las exportaciones de papa de Colombia alcanzan las 245 toneladas, 62% menos respecto al mismo periodo del año anterior. La subpartida que más peso tiene en el total de exportaciones es la 0710.10.00 (papas que están cocidas en agua o vapor, congeladas), la cual representa el 60% del total. El principal destino de exportación es Estados Unidos y Curazao, con una demanda del 36% y 26% del total, respectivamente.

La subpartida 0710.10, en un comparativo con el mismo periodo del año anterior, ha llegado a disminuir el 26%.

**GRÁFICO 14. EXPORTACIONES DE PAPA DE COLOMBIA POR SUBPARTIDA
2014-2017***

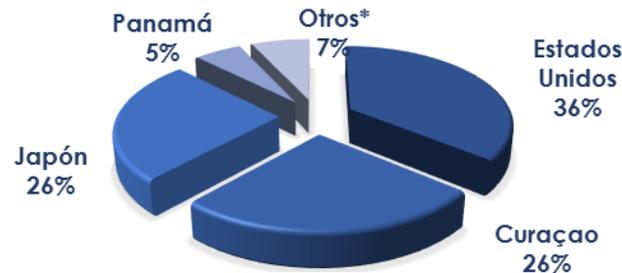


*Acumulado preliminar a marzo

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

Con respecto a los países de destino de las exportaciones de Colombia, se destaca primeramente Curazao, debido al significativo crecimiento comercial, siendo este de 18% con respecto al año anterior.

GRÁFICO 15. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PAPA 2017



*Acumulado preliminar a marzo

* Este grupo está compuesto por doce (11) países: Aruba, Reino Unido, Chile, Antillas holandesas, España, Canadá, Australia, Rusia, Suecia, México y Países Bajos.

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

Los hechos en esta sección dan cuenta de la importancia de la diversificación en las exportaciones de papa colombiana, cada vez agudizan más su detrimento, ya que claramente la exploración de nuevos productos e incursión en otros mercados es prácticamente nula.

El subsector debe apuntar a otras modalidades de intercambio con el exterior, generando estrategias de innovación y apropiación tecnológica, incorporando en estos mercados variedades como las nativas y criollas, las cuales tienen un gran potencial para la exportación, debido a la presencia de factores distintivos frente a otro tipo de papas, abriendo paso a un sofisticado y poco explorado segmento del mercado internacional.

ANEXO 1. EVOLUCIÓN MENSUAL PRECIOS PAGADOS POR KILO AL PRODUCTOR DE PAPA 2012-2017

Año	Mes	Criolla Limpia	Criolla Sucia	Diacol Capiro Limpia	Diacol Capiro Limpia	ICA- Nevada Limpia	ICA- Nevada Limpia	ICA- Puracé Limpia	ICA- Única	Papa Tuquerreña	Parda Pastusa	Pastusa Suprema	Superior
2012	enero	\$505	\$338	\$305	\$244	\$399	\$247	\$311	\$318	\$338	\$318	\$320	
	febrero	\$502	\$354	\$338	\$239	\$358	\$270	\$464	\$342	\$346	\$344	\$351	
	marzo	\$541	\$371	\$317	\$311	\$378	\$299	\$286	\$325	\$362	\$267	\$322	
	abril	\$481	\$334	\$319	\$313	\$435	\$306	\$241	\$267	\$471	\$318	\$292	
	mayo	\$520	\$402	\$321	\$393	\$499	\$453	\$273	\$292	\$564	\$336	\$296	
	junio	\$568	\$388	\$320	\$349	\$570	\$510	\$270	\$297	\$442	\$314	\$293	
	julio	\$603	\$362	\$307	\$372	\$663	\$589	\$261	\$330	\$478	\$285	\$276	
	agosto	\$596	\$427	\$291	\$373	\$599	\$462	\$242	\$311	\$367	\$283	\$305	
	septiembre	\$441	\$318	\$316	\$291	\$415	\$277	\$407	\$292	\$332	\$342	\$332	
	octubre	\$444	\$319	\$368	\$259	\$367	\$263	\$414	\$288	\$318	\$369	\$344	
	noviembre	\$477	\$333	\$371	\$268	\$341	\$271	\$271	\$279	\$322	\$368	\$324	
	diciembre	\$426	\$320	\$366	\$257	\$299	\$276	\$298	\$298	\$331	\$359	\$331	
2013	enero	\$1.057	\$650	\$439	\$572	\$863	\$591	\$425	\$338	\$532	\$492	\$423	
	febrero	\$1.043	\$632	\$399	\$569	\$838	\$639	\$399	\$344	\$533	\$470	\$384	
	marzo	\$1.121	\$706	\$465	\$718	\$818	\$713	\$535	\$415	\$775	\$534	\$434	
	abril	\$1.011	\$599	\$488	\$741	\$884	\$726	\$576	\$432	\$940	\$609	\$476	
	mayo	\$1.068	\$767	\$565	\$843	\$1.018	\$938	\$612	\$494	\$1.145	\$709	\$561	
	junio	\$1.174	\$845	\$524	\$797	\$1.215	\$1.052	\$632	\$447	\$936	\$666	\$540	
	julio	\$1.217	\$794	\$578	\$821	\$1.354	\$1.225	\$654	\$442	\$1.004	\$660	\$571	
	agosto	\$1.234	\$840	\$587	\$820	\$1.270	\$971	\$559	\$404	\$824	\$595	\$539	
	septiembre	\$918	\$482	\$453	\$695	\$873	\$655	\$434	\$293	\$547	\$451	\$388	
	octubre	\$932	\$536	\$400	\$603	\$778	\$591	\$385	\$281	\$520	\$402	\$350	
	noviembre	\$995	\$677	\$383	\$528	\$762	\$482	\$274	\$277	\$490	\$372	\$324	
	diciembre	\$908	\$621	\$392	\$518	\$723	\$464	\$317	\$297	\$449	\$382	\$319	

Año	Mes	Criolla Limpia	Criolla Sucia	Díacol Capiro Limpia	Díacol Capiro Limpia	ICA- Nevada Limpia	ICA- Nevada Limpia	ICA- Puracé Limpia	ICA- Única	Papa Tuquerreña	Parda Pastusa	Pastusa Suprema	Superior
2014	diciembre	\$908	\$621	\$392	\$518	\$723	\$464	\$317	\$297	\$449	\$382	\$319	
	enero	\$826	\$537	\$412	\$631	\$710	\$531	\$552	\$315	\$494	\$400	\$344	\$410
	febrero	\$832	\$537	\$426	\$743	\$777	\$681	\$567	\$324	\$513	\$397	\$361	\$362
	marzo	\$1.016	\$752	\$573	\$989	\$1.121	\$1.053	\$735	\$481	\$803	\$617	\$532	\$641
	abril	\$1.353	\$932	\$753	\$1.162	\$1.399	\$1.346	\$914	\$704	\$1.088	\$881	\$774	\$928
	mayo	\$1.109	\$873	\$841	\$1.259	\$1.543	\$1.334	\$1.065	\$678	\$1.148	\$862	\$736	\$920
	junio	\$1.134	\$863	\$775	\$1.039	\$1.453	\$1.199	\$868	\$636	\$1.078	\$813	\$710	\$800
	julio	\$1.229	\$729	\$721	\$967	\$1.272	\$929	\$715	\$606	\$876	\$744	\$688	\$669
	agosto	\$1.212	\$658	\$650	\$914	\$1.174	\$886	\$685	\$536	\$822	\$685	\$631	\$634
	septiembre	\$1.227	\$679	\$630	\$770	\$948	\$682	\$603	\$519	\$683	\$649	\$562	\$521
	octubre	\$1.188	\$797	\$651	\$769	\$834	\$669	\$572	\$538	\$775	\$625	\$594	\$570
	noviembre	\$1.076	\$789	\$706	\$778	\$960	\$744	\$628	\$588	\$850	\$701	\$664	\$660
diciembre	\$847	\$605	\$798	\$970	\$1.216	\$1.009	\$734	\$703	\$1.010	\$821	\$787	\$815	
2015	enero	\$765	\$514	\$892	\$1.255	\$1.362	\$1.404	\$1.019	\$778	\$956	\$930	\$867	\$967
	febrero	\$1.101	\$594	\$976	\$1.510	\$1.702	\$2.013	\$1.214	\$846	\$1.110	\$1.038	\$927	\$987
	marzo	\$1.298	\$829	\$1.141	\$1.689	\$2.009	\$2.142	\$1.317	\$987	\$1.395	\$1.262	\$1.132	\$1.275
	abril	\$1.295	\$768	\$908	\$1.099	\$1.751	\$1.686	\$881	\$749	\$1.372	\$1.049	\$893	\$1.037
	mayo	\$1.135	\$732	\$809	\$955	\$1.461	\$1.262	\$921	\$620	\$1.331	\$878	\$772	\$898
	junio	\$779	\$478	\$642	\$745	\$1.060	\$688	\$594	\$500	\$987	\$699	\$609	\$640
	julio	\$897	\$442	\$483	\$607	\$933	\$627	\$439	\$347	\$750	\$500	\$405	\$423
	agosto	\$1.030	\$531	\$417	\$599	\$907	\$661	\$471	\$306	\$569	\$422	\$353	\$371
	septiembre	\$1.171	\$684	\$422	\$658	\$974	\$814	\$534	\$301	\$625	\$407	\$347	\$351
	octubre	\$1.416	\$1.007	\$615	\$857	\$1.170	\$1.145	\$703	\$431	\$796	\$567	\$499	\$550
	noviembre	\$1.461	\$1.263	\$678	\$964	\$1.255	\$1.272	\$742	\$456	\$952	\$591	\$528	\$578
	diciembre	\$2.170	\$1.751	\$931	\$1.225	\$1.801	\$1.959	\$928	\$715	\$1.284	\$875	\$796	\$941

Año	Mes	Criolla Limpia	Criolla Sucia	Diacol Capiro Limpia	Diacol Capiro Limpia	ICA- Nevada Limpia	ICA- Nevada Limpia	ICA- Puracé Limpia	ICA- Única	Papa Tuquerreña	Parda Pastusa	Pastusa Suprema	Superior
2016	enero	\$2.126	\$1.623	\$1.067	\$1.601	\$1.838	\$1.998	\$1.322	\$833	\$1.319	\$1.035	\$952	\$1.080
	febrero	\$3.371	\$2.541	\$1.101	\$1.508	\$1.903	\$2.174	\$1.259	\$915	\$1.433	\$1.093	\$986	\$1.147
	marzo	\$3.526	\$2.576	\$1.208	\$1.770	\$2.193	\$2.588	\$1.205	\$1.026	\$1.929	\$1.272	\$1.133	\$1.344
	abril	\$3.358	\$2.264	\$1.206	\$1.647	\$1.884	\$2.187	\$1.184	\$1.029	\$2.489	\$1.234	\$1.129	\$1.317
	mayo	\$3.066	\$1.979	\$1.327	\$1.693	\$2.144	\$2.320	\$1.210	\$1.149	\$1.832	\$1.443	\$1.290	\$1.426
	junio	\$1.840	\$1.293	\$1.312	\$1.642	\$1.891	\$1.396	\$1.247	\$1.109	\$1.541	\$1.291	\$1.213	\$1.219
	julio	\$1.405	\$793	\$1.116	\$1.547	\$1.959	\$1.394	\$1.164	\$949	\$1.305	\$1.101	\$1.051	\$1.028
	agosto	\$1.034	\$531	\$599	\$825	\$1.483	\$1.308	\$678	\$443	\$934	\$592	\$502	\$555
	septiembre	\$1.008	\$598	\$518	\$731	\$1.438	\$1.230	\$556	\$350	\$815	\$490	\$393	\$426
	octubre	\$993	\$661	\$553	\$764	\$1.733	\$1.324	\$522	\$338	\$691	\$478	\$396	\$403
	noviembre	\$810	\$617	\$560	\$775	\$1.813	\$1.293	\$536	\$321	\$671	\$488	\$407	\$459
	diciembre	\$698	\$525	\$571	\$767	\$1.346	\$1.048	\$539	\$348	\$629	\$496	\$402	\$445
2017	enero	\$632	\$397	\$508	\$783	\$1.257	\$1.059	\$576	\$345	\$643	\$464	\$398	\$435
	febrero	\$754	\$471	\$490	\$797	\$1.139	\$915	\$617	\$351	\$621	\$458	\$387	\$427
	marzo	\$968	\$643	\$534	\$924	\$1.318	\$1.185	\$707	\$395	\$750	\$467	\$418	\$471
	abril	\$1.094	\$810	\$538	\$863	\$1.379	\$1.134	\$631	\$383	\$797	\$491	\$417	\$451
	mayo	\$967	\$665	\$572	\$808	\$1.538	\$1.136	\$585	\$370	\$1.211	\$471	\$393	\$412
	junio	\$1.059	\$771	\$523	\$775	\$1.364	\$900	\$572	\$332	\$1.063	\$431	\$374	\$382
	julio	\$1.295	\$835	\$486	\$749	\$1.200	\$800	\$574	\$332	\$653	\$428	\$358	\$361

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

ANEXO 2. EVOLUCIÓN MENSUAL PRECIOS PAGADOS POR KILO AL PRODUCTOR DE PAPA EN CUNDINAMARCA 2012-2017

Año	Mes	Criolla Limpia	Criolla Sucia	Diacol Capiro	ICA-Única	Tuquerreña	Parda Pastusa	Pastusa Suprema	Superior
2012	enero	\$754	\$412	\$318	\$364	\$283	\$258	\$438	
	febrero	\$732	\$508	\$319	\$330	\$355	\$318	\$431	
	marzo	\$685	\$430	\$319	\$342	\$396	\$244	\$401	
	abril	\$674	\$389	\$340	\$256	\$523	\$345	\$264	
	mayo	\$832	\$500	\$410	\$282	\$631	\$370	\$287	
	junio	\$849	\$483	\$332	\$219	\$516	\$329	\$272	
	julio	\$734	\$462	\$365	\$325	\$547	\$335	\$264	
	agosto	\$726	\$501	\$387	\$398	\$428	\$283	\$277	
	septiembre	\$513	\$340	\$380	\$315	\$293	\$232	\$405	
	octubre	\$546	\$327	\$354	\$302	\$282	\$358	\$351	
	noviembre	\$663	\$383	\$310	\$283	\$308	\$314	\$314	
	diciembre	\$629	\$348	\$271	\$302	\$356	\$349	\$328	
2013	enero	\$1.610	\$883	\$497	\$359	\$654	\$555	\$412	
	febrero	\$1.455	\$1.080	\$398	\$342	\$668	\$537	\$393	
	marzo	\$1.343	\$942	\$531	\$480	\$803	\$595	\$450	
	abril	\$1.300	\$862	\$699	\$492	\$1.038	\$721	\$654	
	mayo	\$1.802	\$1.037	\$902	\$583	\$1.232	\$801	\$670	
	junio	\$1.808	\$1.002	\$728	\$539	\$1.089	\$761	\$629	
	julio	\$1.398	\$992	\$781	\$486	\$1.121	\$784	\$659	
	agosto	\$1.440	\$1.064	\$727	\$383	\$930	\$672	\$498	
	septiembre	\$1.084	\$631	\$562	\$315	\$726	\$528	\$416	
	octubre	\$1.088	\$755	\$458	\$306	\$673	\$428	\$342	
	noviembre	\$1.332	\$856	\$434	\$298	\$653	\$447	\$323	
	diciembre	\$1.266	\$684	\$423	\$308	\$559	\$437	\$315	

Año	Mes	Criolla Limpia	Criolla Sucia	Diacol Capiro	ICA-Única	Tuquerreña	Parda Pastusa	Pastusa Suprema	Superior
2014	enero	\$1.078	\$508	\$415	\$330	\$589	\$457	\$349	\$410
	febrero	\$1.177	\$598	\$449	\$311	\$629	\$446	\$361	\$362
	marzo	\$1.568	\$958	\$614	\$547	\$871	\$720	\$583	\$641
	abril	\$1.925	\$1.175	\$819	\$778	\$1.189	\$984	\$887	\$928
	mayo	\$2.009	\$1.041	\$1.163	\$773	\$1.281	\$957	\$829	\$920
	junio	\$1.793	\$1.130	\$943	\$633	\$1.170	\$910	\$721	\$828
	julio	\$1.887	\$1.029	\$700	\$614	\$910	\$799	\$689	\$702
	agosto	\$1.550	\$859	\$695	\$521	\$906	\$724	\$605	\$705
	septiembre	\$1.553	\$892	\$719	\$530	\$892	\$662	\$558	\$579
	octubre	\$1.507	\$932	\$743	\$531	\$960	\$665	\$575	\$605
	noviembre	\$1.796	\$1.163	\$758	\$599	\$993	\$768	\$668	\$679
	diciembre	\$1.343	\$799	\$809	\$708	\$1.158	\$952	\$782	\$869
2015	enero	\$1.307	\$681	\$867	\$776	\$1.051	\$1.040	\$896	\$1.053
	febrero	\$1.578	\$837	\$1.029	\$939	\$1.261	\$1.119	\$964	\$1.037
	marzo	\$1.891	\$1.252	\$1.308	\$1.123	\$1.583	\$1.374	\$1.199	\$1.315
	abril	\$1.785	\$1.160	\$1.221	\$996	\$1.568	\$1.242	\$1.074	\$1.073
	mayo	\$1.576	\$915	\$1.233	\$774	\$1.498	\$1.014	\$884	\$942
	junio	\$1.209	\$577	\$908	\$583	\$1.199	\$788	\$630	\$734
	julio	\$1.209	\$631	\$644	\$390	\$968	\$539	\$425	\$495
	agosto	\$1.303	\$742	\$533	\$342	\$753	\$493	\$382	\$425
	septiembre	\$1.534	\$852	\$519	\$321	\$862	\$493	\$353	\$367
	octubre	\$2.042	\$1.247	\$761	\$447	\$1.069	\$670	\$552	\$582
	noviembre	\$2.381	\$1.440	\$861	\$547	\$1.220	\$739	\$613	\$654
	diciembre	\$2.879	\$2.021	\$1.067	\$810	\$1.486	\$1.071	\$966	\$1.017

Año	Mes	Críolla Limpia	Críolla Sucia	Diacol Capiro	ICA-Única	Tuqueresña	Parda Pastusa	Pastusa Suprema	Superior
2016	enero	\$3.003	\$1.977	\$1.218	\$967	\$1.515	\$1.303	\$1.114	\$1.234
	febrero	\$3.906	\$2.945	\$1.284	\$1.094	\$1.681	\$1.245	\$1.027	\$1.241
	marzo	\$3.803	\$2.918	\$1.566	\$1.151	\$2.170	\$1.456	\$1.164	\$1.346
	abril	\$3.845	\$2.652	\$1.586	\$1.192	\$2.813	\$1.399	\$1.280	\$1.363
	mayo	\$3.411	\$2.338	\$1.785	\$1.172	\$1.956	\$1.600	\$1.390	\$1.456
	junio	\$2.367	\$1.525	\$1.639	\$1.174	\$1.851	\$1.374	\$1.194	\$1.383
	julio	\$1.622	\$1.014	\$1.299	\$1.032	\$1.567	\$1.205	\$1.064	\$1.215
	agosto	\$1.373	\$846	\$753	\$567	\$1.228	\$672	\$551	\$576
	septiembre	\$1.348	\$761	\$630	\$442	\$1.052	\$558	\$431	\$512
	octubre	\$1.388	\$899	\$665	\$401	\$918	\$540	\$443	\$482
	noviembre	\$1.233	\$758	\$625	\$413	\$860	\$581	\$454	\$536
	diciembre	\$1.247	\$579	\$543	\$405	\$764	\$584	\$419	\$498
2017	enero	\$1.125	\$442	\$512	\$397	\$846	\$591	\$457	\$513
	febrero	\$1.105	\$563	\$461	\$421	\$794	\$513	\$403	\$489
	marzo	\$1.214	\$754	\$524	\$431	\$1.000	\$537	\$431	\$508
	abril	\$1.458	\$789	\$506	\$411	\$1.088	\$548	\$442	\$502
	mayo	\$1.256	\$622	\$536	\$421	\$1.429	\$531	\$409	\$491
	junio	\$1.679	\$921	\$459	\$299	\$1.188	\$479	\$337	\$436
	julio	\$1.856	\$989	\$442	\$321	\$809	\$488	\$351	\$421

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

ANEXO 3. EVOLUCIÓN MENSUAL PRECIOS PAGADOS POR KILO AL PRODUCTOR DE PAPA EN BOYACÁ 2012-2017

Año	Mes	Betina	Críolla Limpia	Críolla Sucia	Críolla Sucia	Diacol Capiro	JCA-Única	Papa Tuquerreña	Parda Pastusa	Pastusa Suprema	Superior
2012	enero	\$-	\$592	\$324	\$261	\$245	\$392	\$413	\$342	\$-	
	febrero	\$-	\$558	\$291	\$301	\$293	\$337	\$449	\$342	\$-	
	marzo	\$-	\$563	\$287	\$341	\$407	\$296	\$253	\$236	\$-	
	abril	\$-	\$417	\$283	\$282	\$292	\$380	\$316	\$219	\$-	
	mayo	\$-	\$585	\$301	\$322	\$302	\$484	\$376	\$264	\$-	
	junio	\$-	\$595	\$315	\$325	\$263	\$383	\$308	\$257	\$-	
	julio	\$-	\$445	\$274	\$421	\$393	\$409	\$276	\$262	\$-	
	agosto	\$-	\$418	\$305	\$317	\$296	\$291	\$251	\$238	\$-	
	septiembre	\$-	\$324	\$381	\$247	\$222	\$366	\$343	\$323	\$-	
	octubre	\$-	\$296	\$287	\$233	\$229	\$350	\$336	\$321	\$-	
	noviembre	\$-	\$313	\$263	\$223	\$226	\$335	\$341	\$260	\$-	
	diciembre	\$-	\$280	\$311	\$214	\$217	\$302	\$311	\$253	\$-	
2013	enero	\$-	\$1.210	\$655	\$263	\$243	\$411	\$419	\$399	\$-	
	febrero	\$-	\$1.119	\$731	\$325	\$311	\$399	\$425	\$361	\$-	
	marzo	\$-	\$1.151	\$639	\$412	\$397	\$719	\$560	\$461	\$-	
	abril	\$-	\$848	\$517	\$563	\$456	\$769	\$729	\$526	\$-	
	mayo	\$-	\$1.138	\$671	\$484	\$476	\$1.042	\$813	\$624	\$-	
	junio	\$-	\$1.248	\$746	\$485	\$467	\$814	\$727	\$630	\$-	
	julio	\$-	\$946	\$625	\$379	\$356	\$886	\$638	\$563	\$-	
	agosto	\$-	\$876	\$558	\$308	\$306	\$691	\$550	\$472	\$-	
	septiembre	\$-	\$603	\$375	\$265	\$226	\$391	\$428	\$325	\$-	
	octubre	\$-	\$663	\$458	\$231	\$224	\$382	\$377	\$317	\$-	
	noviembre	\$-	\$698	\$553	\$220	\$229	\$348	\$334	\$256	\$-	
	diciembre	\$-	\$625	\$429	\$220	\$215	\$322	\$323	\$253	\$-	

Año	Mes	Belina	Criolla Limpia	Criolla Sucia	Diacol Capiro	ICA-Única	Papa Tuquerreña	Parda Pastusa	Pastusa Suprema	Superior
2014	enero	\$-	\$620	\$329	\$242	\$259	\$386	\$345	\$258	\$-
	febrero	\$-	\$873	\$456	\$278	\$269	\$380	\$346	\$308	\$-
	marzo	\$574	\$1.052	\$674	\$541	\$491	\$735	\$624	\$553	\$-
	abril	\$771	\$1.333	\$825	\$743	\$734	\$987	\$957	\$810	\$-
	mayo	\$587	\$1.242	\$710	\$662	\$679	\$999	\$907	\$731	\$-
	junio	\$603	\$1.282	\$780	\$609	\$553	\$986	\$760	\$654	\$763
	julio	\$583	\$1.107	\$674	\$528	\$576	\$842	\$713	\$597	\$635
	agosto	\$410	\$1.044	\$584	\$460	\$465	\$737	\$669	\$555	\$564
	septiembre	\$415	\$1.063	\$577	\$400	\$425	\$473	\$633	\$496	\$462
	octubre	\$409	\$1.184	\$769	\$448	\$412	\$589	\$577	\$525	\$534
	noviembre	\$476	\$1.179	\$704	\$567	\$515	\$692	\$617	\$574	\$640
	diciembre	\$616	\$968	\$455	\$655	\$607	\$842	\$748	\$676	\$761
2015	enero	\$764	\$832	\$426	\$761	\$661	\$862	\$859	\$844	\$880
	febrero	\$831	\$1.228	\$699	\$930	\$855	\$960	\$1.063	\$908	\$938
	marzo	\$980	\$1.379	\$982	\$1.014	\$1.015	\$1.207	\$1.356	\$1.214	\$1.235
	abril	\$641	\$1.322	\$885	\$853	\$758	\$1.098	\$1.148	\$978	\$1.001
	mayo	\$539	\$1.185	\$633	\$653	\$605	\$1.144	\$922	\$800	\$855
	junio	\$340	\$786	\$378	\$438	\$398	\$775	\$658	\$549	\$546
	julio	\$262	\$798	\$379	\$304	\$262	\$533	\$480	\$333	\$350
	agosto	\$242	\$792	\$396	\$243	\$226	\$404	\$385	\$294	\$317
	septiembre	\$255	\$939	\$566	\$256	\$239	\$388	\$369	\$295	\$334
	octubre	\$361	\$1.352	\$800	\$410	\$379	\$523	\$560	\$438	\$517
	noviembre	\$390	\$1.541	\$1.091	\$474	\$398	\$684	\$582	\$492	\$503
	diciembre	\$681	\$1.663	\$1.228	\$708	\$692	\$1.082	\$901	\$824	\$866

Año	Mes	Befina	Criolla Limpia	Criolla Sucia	Diacol Capiro	ICA-Única	Papa Tuquerreña	Parda Pastusa	Pastusa Suprema	Superior
2016	enero	\$746	\$1.861	\$1.321	\$891	\$811	\$1.123	\$1.032	\$946	\$926
	febrero	\$839	\$3.117	\$2.557	\$960	\$862	\$1.186	\$1.091	\$983	\$1.053
	marzo	\$916	\$3.215	\$2.736	\$1.103	\$1.012	\$1.688	\$1.349	\$1.185	\$1.341
	abril	\$1.075	\$2.905	\$2.261	\$1.159	\$1.043	\$1.626	\$1.282	\$1.195	\$1.271
	mayo	\$1.065	\$3.080	\$1.895	\$1.280	\$1.160	\$1.615	\$1.497	\$1.318	\$1.410
	junio	\$1.002	\$1.853	\$1.071	\$1.064	\$986	\$1.294	\$1.249	\$1.086	\$1.165
	julio	\$791	\$1.104	\$753	\$710	\$786	\$1.042	\$1.035	\$876	\$944
	agosto	\$381	\$908	\$566	\$497	\$385	\$738	\$596	\$495	\$547
	septiembre	\$247	\$941	\$522	\$323	\$271	\$657	\$455	\$343	\$398
	octubre	\$245	\$981	\$661	\$340	\$257	\$539	\$458	\$352	\$376
	noviembre	\$223	\$740	\$438	\$294	\$243	\$546	\$455	\$366	\$433
	diciembre	\$244	\$584	\$300	\$345	\$272	\$539	\$474	\$370	\$427
2017	enero	\$254	\$482	\$239	\$351	\$272	\$508	\$449	\$348	\$409
	febrero	\$278	\$730	\$413	\$354	\$276	\$506	\$441	\$347	\$407
	marzo	\$339	\$908	\$635	\$353	\$335	\$583	\$463	\$357	\$458
	abril	\$323	\$1.071	\$689	\$397	\$330	\$589	\$474	\$365	\$433
	mayo	\$244	\$857	\$390	\$-	\$286	\$629	\$437	\$332	\$386
	junio	\$212	\$885	\$487	\$267	\$244	\$863	\$381	\$298	\$363
	julio	\$242	\$1.010	\$603	\$289	\$242	\$540	\$355	\$283	\$345

Fuente: Consejo Nacional de la Papa - sistemas de información y Estudios Económicos Fedepapa- FNFP

ANEXO 4. EVOLUCIÓN MENSUAL PRECIOS PAGADOS POR KILO AL PRODUCTOR DE PAPA EN NARIÑO 2012-2017

Año	Mes	Belina	Criolla Limpia	Criolla Sucia	Diacol Capiro	ICA-Única	Parda Pastusa	Pastusa Suprema
2012	enero	\$-	\$-	\$273	\$347	\$260	\$420	\$319
	febrero	\$-	\$-	\$261	\$322	\$251	\$377	\$287
	marzo	\$-	\$-	\$242	\$280	\$221	\$295	\$239
	abril	\$-	\$-	\$298	\$293	\$234	\$286	\$285
	mayo	\$-	\$493	\$408	\$373	\$280	\$266	\$351
	junio	\$-	\$-	\$274	\$379	\$268	\$392	\$348
	julio	\$-	\$-	\$257	\$325	\$338	\$210	\$380
	agosto	\$-	\$-	\$261	\$278	\$326	\$338	\$368
	septiembre	\$-	\$-	\$288	\$373	\$233	\$380	\$296
	octubre	\$-	\$-	\$376	\$400	\$233	\$374	\$288
	noviembre	\$-	\$-	\$328	\$375	\$250	\$356	\$277
	diciembre	\$-	\$-	\$282	\$461	\$258	\$336	\$274
2013	enero	\$-	\$-	\$289	\$405	\$271	\$397	\$313
	febrero	\$-	\$-	\$256	\$307	\$244	\$343	\$307
	marzo	\$-	\$-	\$242	\$279	\$219	\$304	\$247
	abril	\$-	\$-	\$296	\$282	\$239	\$302	\$271
	mayo	\$-	\$431	\$468	\$362	\$284	\$433	\$366
	junio	\$-	\$-	\$622	\$361	\$290	\$396	\$362
	julio	\$-	\$-	\$622	\$447	\$337	\$465	\$422
	agosto	\$-	\$-	\$451	\$455	\$300	\$488	\$365
	septiembre	\$-	\$-	\$268	\$375	\$235	\$362	\$291
	octubre	\$-	\$-	\$345	\$362	\$233	\$361	\$294
	noviembre	\$-	\$-	\$504	\$366	\$266	\$343	\$276
	diciembre	\$-	\$-	\$527	\$396	\$260	\$354	\$267

Año	Mes	Befina	Criollo Limpio	Criollo Sucia	Diocel Capiro	ICA-Único	Pardo Pastusa	Pastusa Suprema
2014	enero	\$-	\$-	\$485	\$372	\$252	\$333	\$280
	febrero	\$-	\$-	\$415	\$342	\$267	\$329	\$271
	marzo	\$370	\$-	\$534	\$447	\$355	\$423	\$368
	abril	\$525	\$-	\$636	\$609	\$551	\$631	\$624
	mayo	\$533	\$-	\$637	\$692	\$542	\$678	\$636
	junio	\$540	\$-	\$582	\$640	\$564	\$676	\$646
	julio	\$516	\$-	\$399	\$661	\$512	\$660	\$580
	agosto	\$461	\$-	\$406	\$572	\$450	\$648	\$570
	septiembre	\$444	\$-	\$409	\$589	\$453	\$586	\$475
	octubre	\$517	\$-	\$513	\$644	\$524	\$616	\$551
	noviembre	\$512	\$-	\$472	\$693	\$519	\$654	\$600
	diciembre	\$568	\$-	\$356	\$728	\$573	\$671	\$658
2015	enero	\$660	\$-	\$256	\$760	\$658	\$756	\$739
	febrero	\$649	\$-	\$257	\$726	\$631	\$746	\$688
	marzo	\$660	\$-	\$303	\$791	\$648	\$816	\$698
	abril	\$510	\$-	\$326	\$652	\$504	\$669	\$610
	mayo	\$424	\$-	\$487	\$635	\$420	\$618	\$564
	junio	\$340	\$-	\$298	\$436	\$347	\$492	\$442
	julio	\$242	\$-	\$248	\$333	\$251	\$363	\$288
	agosto	\$234	\$-	\$287	\$321	\$225	\$311	\$255
	septiembre	\$252	\$892	\$449	\$364	\$262	\$335	\$274
	octubre	\$333	\$911	\$803	\$523	\$339	\$468	\$398
	noviembre	\$360	\$1,393	\$1,132	\$611	\$361	\$497	\$401
	diciembre	\$543	\$1,652	\$1,535	\$777	\$571	\$688	\$634

Año	Mes	Befina	Criollo Limpia	Criollo Sucio	Diacol Capiro	ICA-Única	Parda Pastusa	Pastusa Suprema
2016	enero	\$654	\$1,442	\$1,157	\$850	\$667	\$782	\$738
	febrero	\$754	\$2,351	\$2,045	\$893	\$751	\$911	\$838
	marzo	\$828	\$2,247	\$1,842	\$980	\$831	\$967	\$923
	abril	\$824	\$1,876	\$1,584	\$960	\$819	\$928	\$894
	mayo	\$926	\$1,702	\$1,358	\$1,034	\$933	\$980	\$974
	junio	\$801	\$884	\$1,006	\$922	\$845	\$995	\$915
	julio	\$541	\$453	\$372	\$767	\$638	\$731	\$658
	agosto	\$332	\$436	\$269	\$424	\$291	\$368	\$323
	septiembre	\$243	\$518	\$436	\$464	\$266	\$361	\$297
	octubre	\$260	\$616	\$419	\$474	\$265	\$380	\$318
	noviembre	\$250	\$648	\$548	\$539	\$272	\$431	\$339
	diciembre	\$274	\$576	\$493	\$600	\$297	\$496	\$334
2017	enero	\$246	\$396	\$307	\$422	\$281	\$325	\$313
	febrero	\$250	\$418	\$318	\$403	\$270	\$321	\$294
	marzo	\$307	\$601	\$438	\$476	\$318	\$367	\$345
	abril	\$285	\$864	\$637	\$452	\$315	\$385	\$299
	mayo	\$252	\$751	\$549	\$471	\$296	\$371	\$300
	junio	\$253	\$750	\$689	\$438	\$302	\$372	\$319
	julio	\$260	\$829	\$679	\$410	\$313	\$364	\$309

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

ANEXO 5. EVOLUCIÓN MENSUAL PRECIOS PAGADOS POR KILO AL PRODUCTOR DE PAPA EN ANTIOQUIA 2012-2017

Año	Mes	Criolla Limpia	Diacol Capiro Limpia	ICA-Nevada Limpia	ICA-Puracé Limpia
2012	enero	\$472	\$244	\$247	\$311
	febrero	\$514	\$239	\$270	\$464
	marzo	\$619	\$311	\$299	\$286
	abril	\$567	\$313	\$306	\$241
	mayo	\$443	\$393	\$453	\$273
	junio	\$567	\$349	\$510	\$270
	julio	\$722	\$372	\$589	\$261
	agosto	\$702	\$373	\$462	\$242
	septiembre	\$582	\$291	\$277	\$407
	octubre	\$562	\$259	\$263	\$414
	noviembre	\$531	\$268	\$271	\$271
	diciembre	\$469	\$257	\$276	\$298
2013	enero	\$985	\$572	\$591	\$425
	febrero	\$1,070	\$569	\$639	\$399
	marzo	\$1,279	\$718	\$713	\$535
	abril	\$1,173	\$741	\$726	\$576
	mayo	\$929	\$843	\$938	\$612
	junio	\$1,150	\$797	\$1,052	\$632
	julio	\$1,448	\$821	\$1,225	\$654
	agosto	\$1,442	\$820	\$971	\$559
	septiembre	\$1,205	\$695	\$655	\$434
	octubre	\$1,149	\$603	\$591	\$385
	noviembre	\$1,095	\$528	\$482	\$274
	diciembre	\$978	\$518	\$464	\$317

Año	Mes	Criolla Limpia	Diaacol Capiro Limpia	ICA-Nevada Limpia	ICA-Puracé Limpia
2014	enero	\$956	\$631	\$531	\$552
	febrero	\$868	\$743	\$681	\$567
	marzo	\$1,011	\$989	\$1,053	\$735
	abril	\$1,327	\$1,162	\$1,346	\$914
	mayo	\$896	\$1,259	\$1,334	\$1,065
	junio	\$920	\$1,039	\$1,199	\$868
	julio	\$1,336	\$967	\$929	\$715
	agosto	\$1,428	\$914	\$886	\$685
	septiembre	\$1,526	\$770	\$682	\$603
	octubre	\$1,336	\$769	\$669	\$572
	noviembre	\$1,021	\$778	\$744	\$628
	diciembre	\$697	\$970	\$1,009	\$734
2015	enero	\$695	\$1,255	\$1,404	\$1,019
	febrero	\$1,137	\$1,510	\$2,013	\$1,214
	marzo	\$1,251	\$1,689	\$2,142	\$1,317
	abril	\$1,364	\$1,099	\$1,686	\$881
	mayo	\$1,119	\$955	\$1,262	\$921
	junio	\$759	\$745	\$688	\$594
	julio	\$1,078	\$607	\$627	\$439
	agosto	\$1,343	\$599	\$661	\$471
	septiembre	\$1,392	\$658	\$814	\$534
	octubre	\$1,476	\$857	\$1,145	\$703
	noviembre	\$1,308	\$964	\$1,272	\$742
	diciembre	\$2,479	\$1,225	\$1,959	\$928

Año	Mes	Críolla Limpia	Diaacol Capiro Limpia	ICA-Nevada Limpia	ICA-Puracé Limpia
2016	enero	\$2,352	\$1,601	\$1,998	\$1,322
	febrero	\$3,718	\$1,508	\$2,174	\$1,259
	marzo	\$4,268	\$1,770	\$2,588	\$1,205
	abril	\$4,003	\$1,647	\$2,187	\$1,184
	mayo	\$3,412	\$1,693	\$2,320	\$1,210
	junio	\$1,983	\$1,642	\$1,396	\$1,247
	julio	\$1,697	\$1,547	\$1,394	\$1,164
	agosto	\$1,209	\$825	\$1,308	\$678
	septiembre	\$1,129	\$731	\$1,230	\$556
	octubre	\$1,026	\$764	\$1,324	\$522
	noviembre	\$811	\$775	\$1,293	\$536
	diciembre	\$704	\$767	\$1,048	\$539
2017	enero	\$694	\$783	\$1,059	\$576
	febrero	\$790	\$797	\$915	\$617
	marzo	\$1,066	\$924	\$1,185	\$707
	abril	\$1,112	\$863	\$1,134	\$631
	mayo	\$1,046	\$808	\$1,136	\$585
	junio	\$1,143	\$775	\$900	\$572
	julio	\$1,487	\$749	\$800	\$574

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

5. RECAUDO CUOTA DE FOMENTO

Durante el primer semestre del año 2017, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa - FNFP presentó ingresos totales por valor de \$1.479.256.317 discriminados así:

TABLA 1. INGRESOS CUOTA DE FOMENTO PRIMER SEMESTRE 2017

Cifras en pesos

DETALLE	VALOR
Cuota de fomento vigencia 2017	\$1.480.861.408
Vigencias anteriores	\$1.246.909
Devolución vigencias anteriores	-\$2.852.000
TOTAL INGRESOS	\$1.479.256.317

En comparación con el mismo periodo del año anterior el recaudo de cuota de fomento presenta una disminución del 30,18%, esto debido a la caída significativa de los precios de la papa equivalente al 62%* (*tabla precio promedio semestral I semestre*) y al aumento en el área sembrada del 5%, lo cual ha generado sobreoferta en el mercado, es de resaltar que la disminución de los precios es superior al 60% mientras el recaudo ha disminuido al 30,18%, lo cual demuestra que se ha realizado un trabajo importante, tanto en la búsqueda de nuevos recaudadores, como en mantener el recaudo de los que ya cumplían con su obligación.

TABLA 2. COMPARATIVO DE RECAUDO PRIMER SEMESTRE 2017 VS 2016

Cifras en pesos

DESCRIPCIÓN	TOTAL EJECUTADO IER SEMESTRE 2017	TOTAL EJECUTADO IER SEMESTRE 2016	VARIACIÓN PORCENTUAL
RECAUDO	\$1.479.256.317	\$2.118.537.020 ¹¹	-30,18%

Fuente: Recaudo FNFP acumulado primer semestre año 2017

¹¹ Los ingresos totales de recaudo para el primer semestre de 2016 son de \$2.120.513.081, que corresponden a \$2.118.537.020 por concepto de cuota de fomento 2016, \$804.933, por cuota de fomento vigencias anteriores y \$1.171.128 por concepto de una devolución que contablemente se registró en el segundo semestre de 2016.

5.1. GESTIÓN REALIZADA

5.1.1. PROYECCIÓN META DE RECAUDO 2017

Para la proyección de los ingresos del Fondo Nacional de Fomento de la Papa, en el año 2017, el administrador tomó como línea base los datos recopilados y proyectados por el Consejo Nacional de la Papa en conjunto con el área de sistemas de información del FNFP; evaluando las variables más importantes, como lo son: precio, área y producción, estimando un área sembrada de 132.161 hectáreas, con un rendimiento promedio de 20,82 toneladas por hectárea y un precio de \$680.000 por tonelada, este precio se tomó teniendo en cuenta los contratos a futuro de la industria para el año 2017. Dichas variables permitieron proyectar el valor de la producción nacional, así como el valor del recaudo de la cuota de fomento el cual se presupuestó inicialmente en \$3.968.919.468. Es de tener en cuenta que, para la proyección de estas cifras, el FNFP cuenta con información histórica de recaudo y comercialización únicamente del año 2016, variables necesarias para realizar un cálculo más acertado. El proyecto de sistemas de información está haciendo un trabajo de recopilación, depuración y consolidación que permitirá contar con una fuente confiable de información.

TABLA 3. VARIABLES CÁLCULO META DE RECAUDO AÑO 2017

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDADES
ÁREA SEMBRADA	132.161	HECTÁREAS (has)
RENDIMIENTO ESPERADO	20,82	TONELADAS (ton/ha)
PRECIO TONELADA	\$680.000	PESOS/TONELADAS (\$cop/ton)

Al iniciar el año 2017, se esperaba que, por el incremento de la producción, los precios presentaran una tendencia a la baja, esto comparado con el año inmediatamente anterior, pero fenómenos como el aumento de las lluvias y de los rendimientos por hectárea; hicieron que esta fuera superior a la esperada. Por tal motivo se debió reevaluar la proyección de la meta anual de recaudo; basados en un nuevo precio estimado por tonelada de \$544.065, el

cual es inferior en un 20% al inicialmente planteado, aprobando la junta directiva del FNFP los ingresos por recaudo para el año 2017 de \$3.175.513.643.

5.1.2. COMPORTAMIENTO DEL RECAUDO POR ZONAS

En el año 2017 para realizar el control del recaudo y la cobertura geográfica se continua con las 5 zonas que cuentan con Asesores de recaudo, así:

Zona 1: Bogotá

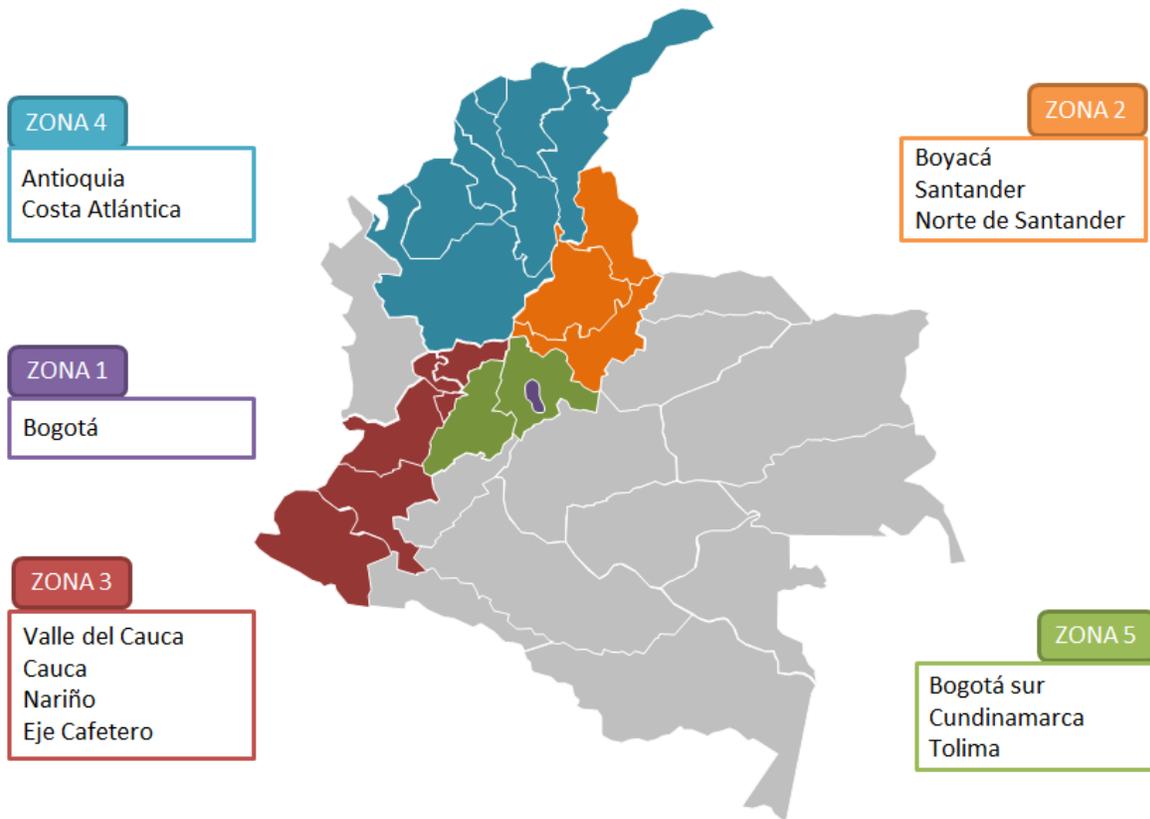
Zona 2: Boyacá, Santander y Norte de Santander

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

Zona 4: Antioquia y Costa Atlántica

Zona 5: Bogotá/sur, Cundinamarca y Tolima.

GRÁFICO 1. ZONAS DE RECAUDO 2017



- **Zona 1:** Corresponde a la zona norte de la ciudad de Bogotá, incluida la central mayorista de abastos CORABASTOS.
- **Zona 2:** Corresponde a los departamentos de Boyacá, Santander y Norte de Santander.
- **Zona 3:** corresponde a los departamentos de Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Eje Cafetero (Caldas, Quindío y Risaralda).
- **Zona 4:** Corresponde al departamento de Antioquia y la región de la Costa Atlántica.

- **Zona 5:** cubre la zona sur de Bogotá (localidades de Bosa, Kennedy y Ciudad Bolívar) y los departamentos de Cundinamarca y Tolima.

Teniendo en cuenta la distribución del recaudo, la zona 1 es la de mayor participación en el total con un 31,28%, mientras que la zona 2 representa el menor recaudo con un 3,11%, se debe resaltar la importancia del departamento de Boyacá, como el segundo mayor productor de papa a nivel nacional.

TABLA 4. PARTICIPACIÓN DEL RECAUDO POR ZONAS EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2017

Cifras en pesos – ordenas de mayor a menor por valor de recaudo 2017*

ZONAS	DEPARTAMENTOS	VALOR	%
ZONA 1	Bogotá	\$463.143.080	31,28%
ZONA 4	Antioquia/Costa Atlántica	\$434.441.899	29,34%
ZONA 3	Valle/Cauca/Nariño/Eje Cafetero	\$306.566.183	20,70%
ZONA 5	Bogotá sur/Cundinamarca/Tolima	\$220.841.990	14,91%
ZONA 2	Boyacá/Santander/Norte de Santander	\$46.116.217	3,11%
OTROS		\$9.752.040	0,66%
TOTAL RECAUDO		\$1.480.861.408	100,00%

Fuente: Recaudo FAFP acumulado primer semestre de 2017

Para hacer un análisis del comportamiento durante el primer semestre del año 2017, se evalúa el recaudo proyectado vs el ejecutado en cada zona que cuentan con asesor y se agrupan los demás departamentos en la zona otros.

TABLA 5. COMPORTAMIENTO DEL RECAUDO PROYECTADO VS EL EJECUTADO

Cifras en pesos – ordenas de mayor a menor por valor de recaudo 2017*

ZONAS	TOTAL PROYECTADO 2017*	TOTAL EJECUTADO 2017*	PORCENTAJE DE EJECUCIÓN 2017*
ZONA 1	\$701.974.848	\$463.143.080	66,0%
ZONA 4	\$516.765.221	\$434.441.899	84,1%
ZONA 3	\$465.554.254	\$306.566.183	65,8%
ZONA 5	\$276.093.914	\$220.841.990	80,0%
ZONA 2	\$54.247.191	\$46.116.217	85,0%
OTROS	\$9.513.500	\$9.752.040	102,5%
TOTAL RECAUDO	\$2.024.148.929	\$1.480.861.408	73,16%

Fuente: Recaudo FNFP proyectado vs ejecutado primer semestre año 2017*

El cumplimiento global de la meta de recaudo para el primer semestre es del 73,16%. La zona 1 con un cumplimiento del 66,0% y la zona 3 con un 65,8%, son las de menor ejecución como lo muestra la tabla 5, estas tienen como principal canal de recaudo la industria (Comercializadora Nacional S.A.S., Comestibles Rico, Compañía Internacional de Alimentos S.A.S, Congelagro S.A.) (tabla 7. comparativo de recaudo principales recaudadores industria primer semestre 2017 vs 2016*), las cuales presentan una disminución promedio superior al 43%, impactando significativamente el recaudo, como ya se mencionó anteriormente han disminuido su actividad comercial como resultado del impacto de las importaciones.

Las zonas 2 ,4 y 5 cuentan con un cumplimiento superior al 80%, lo cual indica que la disminución en los precios (62%), han impactado en menor proporción el recaudo, esto a que tanto en estas, como en las demás zonas se ha buscado el incremento del número de recaudadores y un enfoque en nuevos agentes de la cadena de comercialización, como lo son los servicios de catering y contratistas de entidades públicas como el INPEC.

TABLA 6. COMPARATIVO DE RECAUDO PRIMER SEMESTRE 2017 VS 2016

Cifras en pesos – ordenas de mayor a menor por valor de recaudo 2017

ZONAS	TOTAL EJECUTADO 2017*	TOTAL EJECUTADO 2016*	PORCENTAJE DE VARIACIÓN
ZONA 1	\$463.143.080	\$688.711.382	-32,8%
ZONA 2	\$46.116.217	\$55.041.615	-16,2%
ZONA 3	\$306.566.183	\$510.322.565	-39,9%
ZONA 4	\$434.441.899	\$572.179.247	-24,1%
ZONA 5	\$220.841.990	\$282.373.130	-21,8%
OTROS	\$9.752.040	\$9.909.085	-1,6%
TOTAL RECAUDO	\$1.480.861.408	\$2.118.537.020¹¹	-30,1%

Fuente: Recaudo FNFP acumulado primer semestre año 2017

Al evaluar el primer semestre del año 2017, frente al mismo periodo del año 2016, se evidencia que las zonas donde la industria juega un papel significativo son las más impactadas por la disminución del recaudo.

TABLA 7. COMPARATIVO DE RECAUDO PRINCIPALES RECAUDADORES INDUSTRIA PRIMER SEMESTRE 2017 VS 2016*

RECAUDADOR	RECAUDO IER SEMESTRE DE 2017	RECAUDO IER SEMESTRE DE 2016	VARIACIÓN PORCENTUAL
Comercializadora Nacional S.A.S.	\$198.337.751	\$292.730.669	-32,25%
Comestibles Rico	\$65.724.695	\$135.701.966	-51,57%
Compañía Internacional de Alimentos SAS	\$61.659.356	\$118.893.475	-48,14%
Congelagro S.A.	\$64.172.121	\$114.513.264	-43,96%

5.1.3. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

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

Basados en datos recopilados por el Consejo Nacional de la Papa, se distribuye porcentualmente la comercialización por canales, evidenciando que el de plazas de mercado y central mayoristas con una participación del 49%, es en el cual se concentra la mayor comercialización de papa del país.

TABLA 8. DISTRIBUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE PAPA A NIVEL NACIONAL POR CANAL AÑO 2017

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

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

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

Se caracteriza por ser un canal de comercialización formal y consume aproximadamente el 8% de la producción anual de papa en Colombia, para el año 2017 se estima que el recaudo de este canal será 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 comercializar su producto con valor agregado, principalmente empaque y lavado.
- En los FRUVERS, así como existen grandes cadenas que están debidamente formalizadas, también se encuentran establecimientos de menor tamaño que por su informalidad dificultan el recaudo de la cuota de fomento.

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 2017 se estima un recaudo del 17% del potencial, teniendo en cuenta que los FRUVERS por su informalidad y el gran volumen de papa que comercializan 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 13% 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 9. META PORCENTUAL DE RECAUDO POR CANAL 2017

CANALES	RECAUDO PORCENTUAL AÑO
INDUSTRIA	95%
GRANDES SUPERFICIES, FRUVERS Y HORECA	17%
PLAZAS DE MERCADO Y CENTRAL MAYORISTA	13%
SEMILLA	10%

Fuente: FNFP proyección de recaudo 2017

Para el primer semestre del año 2017 el recaudo por canales de comercialización se comportó de la siguiente forma:

TABLA 10. CUMPLIMIENTO PORCENTUAL DE META DE RECAUDO POR CANAL DE ACUERDO CON LA COMERCIALIZACIÓN PARA EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2017

Cifras en pesos – ordenas de mayor a menor por valor de recaudo 2017

CANALES	RECAUDO ESPERADO 2017*	RECAUDO EJECUTADO 2017*	% DE CUMPLIMIENTO
GRANDES SUPERFICIES, FRUVERS Y HORECA	\$1.116.262.344	\$831.784.873	75%
INDUSTRIA	\$711.751.511	\$481.003.135	68%
PLAZAS DE MERCADO Y CTRAL MAYORISTA	\$192.310.922	\$165.130.608	86%
SEMILLA	\$3.824.152	\$2.942.792	77%
TOTAL GENERAL	\$2.024.148.929	\$1.480.861.408	73%

Fuente: FNFP proyección de recaudo primer semestre de 2017

Mientras el canal de Plazas de mercado y central mayoristas de acuerdo con la comercialización es el canal que tiene un comportamiento menos disperso entre lo proyectado y lo ejecutado con un cumplimiento del 86%, la industria presenta una menor ejecución la cual es del 68%.

Para evaluar el recaudo de acuerdo con el canal del recaudador que consigna, se estableció una meta por cada uno de ellos.

TABLA 11. COMPORTAMIENTO DEL RECAUDO PROYECTADO VS EL EJECUTADO

Cifras en pesos – ordenas de mayor a menor por valor de recaudo 2017

CANAL	META AÑO 2017*	EJECUTADO 2017*	% DE EJECUCIÓN META SEMESTRAL
GRANDES SUPERFICIES Y FRUVERS	\$961.510.827	\$717.196.608	74,59%
INDUSTRIA	\$711.751.511	\$481.003.135	67,58%
PLAZAS DE MERCADO	\$192.310.922	\$165.130.608	85,87%
HORECA	\$154.751.517	\$114.588.265	74,05%
SEMILLERISTA	\$3.824.152	\$2.942.792	76,95%
TOTAL GENERAL	\$2.024.148.929	\$1.480.861.408	73,16%

Fuente: FNFP proyección de recaudo 2017

El canal con mejor comportamiento durante el primer semestre de 2017 es el de plazas de mercado y central mayorista el cual presenta una ejecución del 85,87%, mientras que el canal de grandes superficies y FRUVERS con un 74,59% sigue siendo el canal de mayor importancia en el recaudo, aunque el valor recaudado es un 25,41% inferior a lo esperado y la industria es el canal que presenta un menor cumplimiento frente a la meta, con un 32,42% inferior a lo esperado.

TABLA 12. PARTICIPACIÓN DEL RECAUDO POR CANALES DE COMERCIALIZACIÓN PRIMER SEMESTRE AÑO 2017

Cifras en pesos – ordenas de mayor a menor por valor de recaudo 2017

CLASIFICACIÓN	RECAUDO	PARTICIPACIÓN %
GRANDES SUPERFICIES Y FRUVERS	\$717.196.608	48,43%
INDUSTRIA	\$481.003.135	32,48%
PLAZAS DE MERCADO Y CENTRAL MAYORISTA	\$165.130.608	11,15%
HORECA	\$114.588.265	7,74%
SEMILLAS	\$2.942.792	0,20%
TOTAL RECAUDO	\$1.480.861.408	100,00%

Fuente: Recaudo FNFP acumulado 2017

Dentro del recaudo total para el primer semestre de 2017, el canal que mayor peso tiene es el de grandes superficies y FRUVERS con un 48,43%, seguido por el canal de industria con un 32,48%. Es de tener en cuenta que para el mismo periodo del año 2016 la participación de este canal era del 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 vienen aumentando su participación y cuentan con un gran potencial para seguir incrementando el número de recaudadores en cada zona, ya que existe un gran número de establecimientos y comercializadores, que deben cumplir con lo estipulado en la ley .

Después de evaluar el recaudo para el primer semestre de la vigencia 2017, tanto por zonas como por canales de comercialización es importante resaltar que, de acuerdo al Consejo Nacional de la Papa en conjunto con el área de Sistemas de Información del FNFP, para el año 2017, al tomar las variables y calcular el recaudo potencial, (área sembrada 132.161 hectáreas, rendimiento esperado 20,82 toneladas por hectárea y un precio de \$680.000 por tonelada, precio que se tomó teniendo en cuenta los contratos a futuro de la industria para el año 2017). Se tiene que:

El recaudo potencial para el año 2017 es de \$18.712.491.600, mientras para el primer semestre es de \$9.543.370.716 y la participación del recaudo alcanzado en el primer

semestre de 2017 que es de \$1.480.861.408, representa el 7,91% del total anual y 15,52% del total del semestre.

5.1.4. ESTRATEGIAS DE RECAUDO

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

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

Recaudador Inactivo: Personas naturales, jurídicas o las sociedades de hecho que en determinado momento recaudaron cuota de fomento, pero que a la fecha no está ejerciendo su actividad comercial, compran papa a un recaudador que presenta certificado de paz y salvo o que han cancelado su matrícula mercantil. Para inactivar un recaudador, el asesor de recaudo hace previa verificación del mismo.

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

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

Recaudador Renuente: Personas naturales, jurídicas o las sociedades de hecho que compren papa de producción nacional de cualquier variedad, que, aunque tienen la

obligación de recaudar la cuota de fomento a la papa, no están dispuestos a cumplir con la ley.

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

5.1.4.1. Cobertura geográfica

Se prioriza en las visitas a los recaudadores activos para hacer verificación de la liquidación de la cuota de fomento, así como recaudadores renuentes.

- ❖ **Zona 1:** El trabajo se concentró en fortalecer el cumplimiento de las obligaciones por parte de los recaudadores activos, aquellos que ya cumplen con la ley, pero incumplen el plazo máximo mensual de pago o no han cancelado cuotas de fomento de periodos anteriores y en aumentar el número de recaudadores mediante la visita a potenciales, para ello se han recopilado bases de datos de proveedores de entidades estatales como el INPEC y entidades públicas y privadas prestadoras de servicios de salud, colegios y universidades, mediante solicitud directa a cada entidad y bases de datos consultadas por internet. En el año 2016 esta zona contaba con 149 recaudadores activos, para el primer semestre del año 2017 este número aumento a 166, lo cual representa un incremento del 11,41%.
- ❖ **Zona 2:** Se planteó la necesidad de incrementar el número de recaudadores activos los cuales para el año 2016 ascendían a 96 y para el primer semestre del año 2017 aumentó a 108, representando un incremento del 12,50%. Se realizaron visitas a los departamentos Casanare y Norte de Santander, en el primero se priorizó en difundir el FNFP y visitar los servicios de catering de las empresas petroleras, con lo cual se pretende que la producción de papa del departamento de Boyacá que es comercializada en esta región pague cuota de fomento, la empresa FALCK SERVICES

LTDA. Inició recaudo en el mes de junio con un valor de \$1.874.341. En el segundo se realizó mantenimiento de recaudadores activos mediante 27 visitas, además de visitar entidades departamentales que cuentan con contratistas que brindan servicios de alimentación en escuelas y colegios de la región.

- ❖ **Zona 3:** Se priorizó en hacer seguimiento a los recaudadores activos, para ello en el primer trimestre la cobertura se centró en el departamento del Valle, para el segundo trimestre se realizaron recorridos en los departamentos de Cauca con un total de 25 visitas, con 5 potenciales, de los cuales 2 ya están recaudando. En Nariño se ejecutaron 28 visitas, de las cuales 12 a potenciales y 2 iniciaron pago de cuota de fomento, se hace seguimiento a las asociaciones AICO SOCIAL Y PRESERVAR Colombia quienes ejecutan los recursos del CONPES Nariño, al igual que cobro de intereses de mora mediante entrega de estados de cuenta de los recaudadores visitados. En Risaralda 24 visitas, de las cuales 7 a potenciales y se encuentran pagando 2 de ellos.

La zona 3 cuenta con 29 nuevos recaudadores que en su primer mes de recaudo consignaron un valor de \$6.054.054. Para el año 2016 se contaba con 173 recaudadores y para el año 2017 se cuenta con 202 recaudadores para un crecimiento del 16,76%.

- ❖ **Zona 4:** La cobertura geográfica se centró en un mantenimiento a recaudadores activos tanto en el departamento de Antioquia como en la Costa Atlántica, teniendo como prioridad aquellos que representan el mayor porcentaje de recaudo. se llevó a cabo un recorrido en los departamentos de Magdalena, Bolívar y atlántico, con 37 visitas, de las cuales 15 a potenciales, estas fueron realizadas al final del mes de junio 2017, por lo tanto, sus resultados se reflejan en el segundo semestre de 2017.

En el año 2016 esta zona contaba con 94 recaudadores y en el primer semestre de 2017 con 106 recaudadores para un incremento del 12,77%

- ❖ **La zona 5:** Se priorizó en el aumento de nuevos recaudadores, los cuales se caracterizan por ser FRUVERS y HORECA esta zona pasó de tener 125 recaudadores en el año 2016 a 180 para el primer semestre de 2017, con un incremento del 44%.

5.1.4.2. Identificación nuevos recaudadores

Dentro de las estrategias de recaudo se ha planteado la necesidad de identificar nuevos agentes que participan en la cadena de comercialización y transformación de la papa, entre ellos:

Servicios de catering: Identificación de empresas que prestan servicios de alimentación institucional. (industria, hospitales, clínicas), partiendo de un trabajo de investigación y obtención de bases de datos de internet y entidades como el USPEC. Posteriormente se visitaron 30 empresas privadas que cuentan con casino las cuales contratan con empresas de catering (Alpina, Postobón, General Motor, Alquería, Pastas Doria, Grupo Gloria Colombia, Eternit).

Dentro los hospitales se visitaron las Subredes de servicios hospitalarios de la ciudad de Bogotá, hospitales municipales y departamentales a nivel nacional, se visitaron 65 hospitales y clínicas, lo que ha permitido identificar empresas que brindan el servicio de alimentación a dichas instituciones. Dentro de estas iniciaron recaudo:

- TERE'S FOOD COMPANY S.A.S.
- SERVICIOS ALIMENTICIOS ALDIMARK SAS / ALDIMARK S.A.S.
- HEALTHFOOD S.A.
- ALIMSO CATERING SERVICES S.A. - EN REORGANIZACIÓN - ALIMSO S.A.
- SUMINISTROS DE COLOMBIA FOOD COMPANY S.A.S.
- FALCK SERVICES LTDA.

Las cuales prestan servicios de alimentación tanto a instituciones públicas como privadas y en conjunto brindan servicio a más de 150 empresas a nivel nacional.

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

- Empanadas Típicas, Los Troncos, Pollos el Brujo que ya iniciaron recaudo de la cuota de fomento.
- La estación de la papa, Sopas y Postres de Mama, presentan certificado de recaudo de su proveedor, por lo cual no realizan pagos, pero se continuará con el seguimiento.
- Empanadas de la cima, Empanaditas de Pipían, Gate Gourmet Colombia y La papa loca, no cumplen con el aporte parafiscal, por lo cual se iniciará el proceso de cobro a recaudadores renuentes.

5.1.4.3. Canales de comercialización

En el año 2017 se sigue reforzando el 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 37% del total de nuevos recaudadores mientras que el canal de FRUVERS un 43%.

5.1.4.4. 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 están cumpliendo con la obligación de recaudar la cuota de fomento, para el año 2016 se contaba con 637 recaudadores. En

el primer semestre de 2017 se cuenta con 127 nuevos, para un crecimiento del 20%. En la base de datos, existen en la actualidad 764 recaudadores de los cuales 11 están inactivos que equivale al 1,5% del total.

5.1.5. ACCIONES PARA EL CONTROL DEL RECAUDO

- **Visitas**

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

El 10% de las visitas se realiza a potenciales recaudadores y las restantes serán de seguimiento a aquellos que ya cumplen con la obligación.

En el primer semestre de 2017 se realizaron 1.726 visitas, y la meta proyectada para el mismo periodo fue de 1.430, con lo cual se alcanzó un cumplimiento del 120,70%.

- **Procesos de seguimiento a recaudadores renuentes y cobro ejecutivo**

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

Primer Comunicado: Oficio emitido por el área de recaudo del FNFP, en el cual se informa al recaudador renuente de la obligación legal que tiene de recaudar la cuota de fomento y las sanciones que estipula la ley.

Segundo comunicado: Oficio emitido por el área de recaudo del FNFP y firmado por el director del FNFP, en el cual se le informa nuevamente al recaudador renuente de la obligación legal que tiene de recaudar la cuota de fomento y las sanciones que estipula la

ley. Además de comunicarle que, si la solicitud no es respondida o continua la negativa a realizar el procedimiento, se iniciará el proceso ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, para realizar el cobro jurídico.

PRIMEROS COMUNICADOS

Para el primer semestre del año 2017, se han enviado 219 primeros comunicados, de los cuales 48 ya recaudan la cuota de fomento, lo que representa un 22% de los renuentes requeridos. El valor recaudado por estos es de \$2.344.051 y representa el 0,12% del recaudo total del semestre.

SEGUNDOS COMUNICADOS

Para el primer semestre y continuando con el proceso a recaudadores renuentes se enviaron 15 segundos comunicados priorizando en el tamaño de la empresa y el volumen de comercialización de papa que puedan generar, de estos 2 iniciaron recaudo y los restantes serán entregados a la auditoria para continuar con el procedimiento de expedientes DIAN.

INTERESES DE MORA

Los intereses de mora generados en el primer semestre de 2017 ascienden a \$1.182.498. Esto corresponde a 417 recaudadores que consignaron de forma extemporánea, dentro de ellos solo 23 superan el valor de \$10.000 representando el 3,1% y el 57% de los intereses de mora del periodo.

TABLA 13. INTERESES DE MORA POR RANGOS PRIMER SEMESTRE DE 2017

Cifras en pesos

RANGO INTERESES DE MORA	No DE RECAUDADORES	VALOR DE INTERESES	PARTICIPACIÓN PORCENTUAL
MAYOR A \$10.000	23	\$673.593	3,1%
MENOR O IGUAL A \$10.000 Y MAYOR A \$1.000	134	\$432.139	18,0%
MENOR O IGUAL A \$1.000 Y MAYOR A \$0	260	\$76.766	34,9%
SIN INTERESES DE MORA	329	\$0	44,0%
TOTAL GENERAL	746	\$1.182.498	100,0%

Para el seguimiento y cobro de estos, se han realizado las siguientes actividades:

- Envió de comunicación emitido por el área de recaudo de fecha 6 de febrero de 2017 recordando las obligaciones de los recaudadores, así como la liquidación de intereses de mora por pago extemporáneo, este es enviado vía electrónica y se pública en la página de web del administrador del FNFP.

6. INFORME PRESUPUESTAL Y FINANCIERO

El órgano máximo de dirección del Fondo Nacional de Fomento de la Papa aprobó el presupuesto inicial de Ingresos y Gastos para la vigencia 2017 según Acuerdo No. 23 del 14 de diciembre de 2016, con ingresos de \$7.959.513.715 y gastos de \$3.375.814.032 de los cuales \$155.409.470 es decir el 4,60% se encuentran asignados a funcionamiento, \$396.891.947 corresponde a la contraprestación es decir el 11,76% y \$2.823.512.615 a inversión es decir el 83,64%. Este presupuesto presentó tres modificaciones durante el primer semestre, mediante los Acuerdos No. 01, 06 y 08 de 2017, para un presupuesto final de \$6.908.257.559 para ingresos y \$2.688.275.312 para inversión y funcionamiento.

A continuación, se presenta la tabla No. 1 donde se relaciona el presupuesto de ingresos y egresos con corte 30 de junio de 2017.

TABLA 1. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

Cifras en pesos

Cuentas	APROP.	APROP. IER	EJECUCIÓN IER	%
	DEFINITIVA 2017	SEMESTRE 2017	SEMESTRE 2017	EJECUC
INGRESOS	6.920.568.344	2.908.257.559	1.870.471.300	64,32%
FUNCIONAMIENTO	156.108.196	85.236.029	75.137.953	88,15%
CUOTA DE ADMINISTRACIÓN	396.891.947	202.414.893	147.925.632	73,08%
INVERSIÓN	4.623.932.171	2.400.624.390	1.627.383.237	67,79%
GASTOS INVERSIÓN Y FUNCION.	5.176.932.314	2.688.275.312	1.850.446.822	68,83%

Fuente: Acuerdos No. 23 de 2016 y números 01, 06, y 08 de 2017

7. INFORME DE TESORERÍA

SALDOS BANCOS AL 30 DE JUNIO DE 2017

CUENTAS BANCARIAS E INVERSIÓN		
ENTIDAD	SALDO	PARTICIPACIÓN
DAVIVIENDA CUENTA DE AHORROS	\$ 102.942.113	3,96%
BOGOTÁ CUENTA DE AHORROS	\$ 1.194.165.787	45,98%
CDT A 90 DÍAS DAVIVIENDA	\$ 1.300.000.000	50,06%
TOTAL	\$ 2.597.107.900	100,00%

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

ENTIDAD	TARIFA RENDIMIENTOS FINANCIEROS
DAVIVIENDA CUENTA DE AHORROS	0,01 % EA
BOGOTÁ CUENTA DE AHORROS	5,95% EA *
CDT A 90 DÍAS DAVIVIENDA	6,3% EA **

* Debido a la variabilidad del mercado la tarifa bajó, a partir del mes de mayo esta es la nueva tarifa de rendimientos.

** El 9 de junio se canceló el CDT y a su vez se constituyó uno por valor de \$1.300.000.000 a 90 días con una tarifa del 6,3% E.A.

8. INFORME PROGRAMAS Y PROYECTOS

PROGRAMA	PROYECTO	PPTO INICIAL	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
ESTUDIOS ECONÓMICOS	Sistematización, control a la evasión y elusión de la cuota de fomento de la papa	\$ 274.351.594	\$ 236.124.541	86,07%
	Sistemas de información	\$ 44.520.861	\$ 38.912.304	87,40%
	Grupos asociativos para el fortalecimiento empresarial	\$ 106.985.000	\$ 21.693.200	20,28%
INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA	Núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa	\$ 1.166.099.792	\$ 891.701.734	76,47%
COMERCIALIZACIÓN	Campaña de promoción y consumo de papa 2017	\$ 651.687.333	\$ 354.737.076	54,43%
	Promoción y divulgación del FNFP a través de Agroexpo	\$ 156.979.810	\$ 84.214.382	53,65%
TOTAL PROYECTOS A JUNIO 2017		\$ 2.400.624.390	\$ 1.627.383.237	67,79%

a. PROGRAMA: ESTUDIOS ECONÓMICOS

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

DESCRIPCIÓN GENERAL:

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

Cobertura: Nacional

OBJETIVO GENERAL

Recaudar la Cuota de Fomento de la Papa a nivel nacional en el marco de la Ley 1707 y su Decreto 2263 de 2014, 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.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Recaudo cuota de fomento**

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

Meta: Recaudar en el primer semestre de 2017 \$2.024.148.929.

TABLA 1. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO META DE RECAUDO PRIMER SEMESTRE AÑO 2017

Cifras en pesos

META PRIMER SEMESTRE DE 2017	EJECUCIÓN PRIMER SEMESTRE DE 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
\$2.024.148.929	\$1.480.861.408	73,16%

Durante el primer semestre del año 2017 se recaudó la suma de \$1.480.861.408, lo cual equivale a un cumplimiento de la meta semestral del 73,16%.

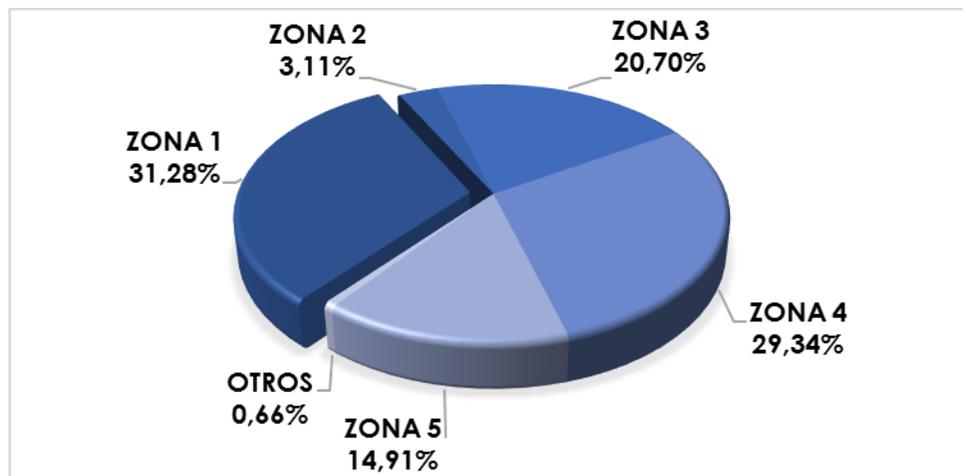
TABLA 2. PORCENTAJE DE AVANCE META DE RECAUDO AÑO 2017

Cifras en pesos

META DE RECAUDO 2017	EJECUCIÓN PRIMER SEMESTRE DE 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
\$3.968.919.468	\$1.480.861.408	37,31%

El recaudo del primer semestre de 2017 representa el 37,31% de la meta anual.

GRÁFICO 1. PARTICIPACIÓN DEL RECAUDO POR ZONAS PRIMER SEMESTRE AÑO 2017

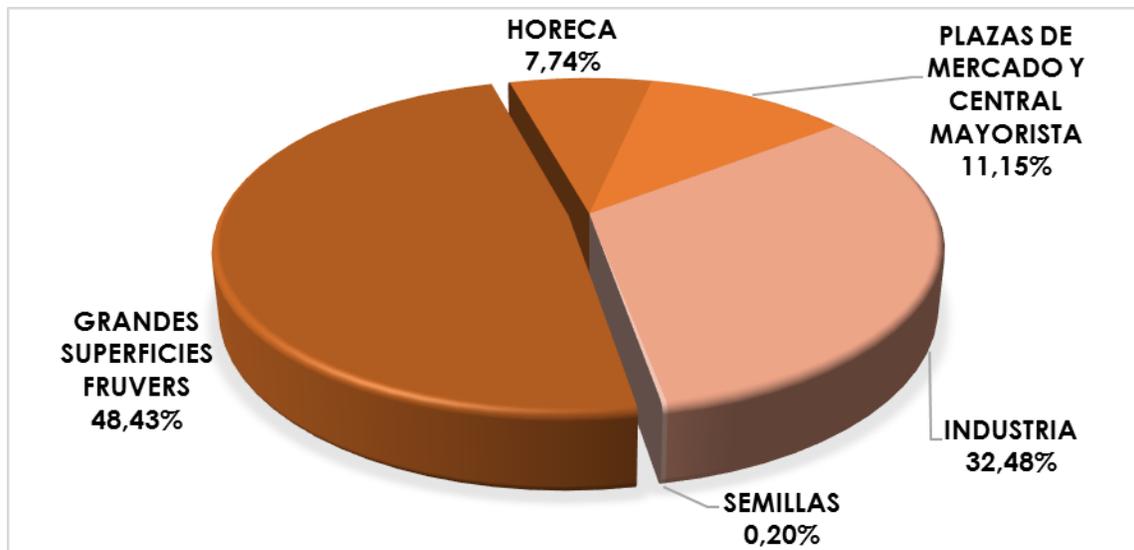


Fuente: Recaudo FNFP acumulado año 2017*

La zona 1 que comprende la ciudad de Bogotá, sin incluir las localidades de Bosa, Kennedy y Ciudad Bolívar pertenecientes a la zona 5, cuenta con la mayor participación con 31,28% del total del recaudo para el primer semestre del año 2017, 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 y la mayor central mayorista del país (CORABASTOS).

De otro lado, la zona 2 que comprende los departamentos de Boyacá, Santander y Norte de Santander, es la “menos” representativa, con una participación del 3,11%. Resaltando que, 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 en el recaudo y como fuente de información para todos los proyectos del fondo.

GRÁFICO 2. PARTICIPACIÓN DEL RECAUDO POR CANALES DE COMERCIALIZACIÓN PRIMER SEMESTRE AÑO 2017



Fuente: Recaudo FNFP acumulado primer semestre 2017

para el primer semestre de 2017, el canal más representativo es grandes superficies y FRUVERS el con una participación del 48,43% del total del recaudo, comparado con el mismo periodo del año anterior este ha crecido un 7,66%. En contraste la industria representa el 32,48%, mientras que en el año 2016 representaba el 36,31%, demostrando que el canal de grandes superficies, FRUVERS, tiene un gran potencial de crecimiento y gran parte de las estrategias y trabajo de los asesores se ha dirigido a este canal.

TABLA 3. COMPORTAMIENTO DEL RECAUDO EJECUTADO POR CANALES DE COMERCIALIZACIÓN PRIMER SEMESTRE AÑO 2017 VS AÑO 2016

CANAL	RECAUDO PRIMER SEMESTRE 2017	RECAUDO PRIMER SEMESTRE 2016	VARIACIÓN %
GRANDES SUPERFICIES Y FRUVERS	\$717.196.608	\$984.466.397	-27,15%
INDUSTRIA	\$481.003.135	\$769.323.239	-37,48%
PLAZAS DE MERCADO	\$165.130.608	\$221.280.145	-25,37%
HORECA	\$114.588.265	\$139.456.297	-17,83%
SEMILLERISTA	\$2.942.792	\$4.010.946	-26,63%
TOTALES	\$1.480.861.408	\$2.118.537.023¹¹	-30,10%

Fuente: Recaudo FNFP acumulado primer semestre año 2017

- **Gestión a nuevos recaudadores**

Objetivo específico 2: Identificar, registrar y actualizar la información de las personas, entidades o empresas obligadas a recaudar la Cuota de Fomento a la papa.

Meta: Crecimiento de la base de datos en 128 nuevos recaudadores para el primer semestre de 2017.

TABLA 4. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO META DE NUEVOS RECAUDADORES PRIMER SEMESTRE DE 2017

META NUEVOS RECAUDADORES PRIMER SEMESTRE DE 2017	EJECUCIÓN NUEVOS RECAUDADORES PRIMER SEMESTRE DE 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
128	127	99,22%

En el primer semestre del año 2017, se incrementó la base de datos de recaudadores en 127, de los cuales el 43,31% pertenecen al canal de FRUVERS, el 37,01% a HORECA y el 16,54% a plazas de mercado, siendo estos los canales que más aumentaron el número de recaudadores.

TABLA 5. PORCENTAJE DE AVANCE META NUEVOS RECAUDADORES AÑO DE 2017

META NUEVOS RECAUDADORES AÑO 2017	EJECUCIÓN NUEVOS RECAUDADORES AÑO 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
255	127	49,80%

Para el año 2017 se espera contar con 255 nuevos recaudadores. Al corte del primer semestre el porcentaje de cumplimiento de la meta es del 49,80%.

TABLA 6. PARTICIPACIÓN EN EL RECAUDO DE NUEVOS RECAUDADORES

Cifras en pesos

NUEVOS RECAUDADORES vs EL RECAUDO PRIMER SEMESTRE DE 2017				
ZONAS	RECAUDADORES NUEVOS	VR RECAUDADO 2017	RECAUDO TOTAL 2017	% PARTICIPACIÓN EN EL RECAUDO
ZONA 5	55	\$22.760.840	\$220.841.990	10,31%
ZONA 3	29	\$6.054.054	\$306.566.183	1,97%
ZONA 1	17	\$2.468.901	\$463.143.080	0,53%
ZONA 2	12	\$957.560	\$46.116.217	2,08%
ZONA 4	12	\$2.154.520	\$434.441.899	0,50%
OTROS	2	\$1.894.667	\$9.752.040	19,43%
TOTAL	127	\$36.290.542	\$1.480.861.408	2,45%

Fuente: Recaudo FNFP 2017

Los nuevos recaudadores tienen una participación significativa, en el primer semestre de 2017 se identificaron 127, que participan con el 2,45% del recaudo. Esto teniendo en cuenta que se toma del primer mes de pago para calcular dicha participación.

- **Identificación de consignaciones realizadas**

Objetivo específico 3: Implementar un procedimiento de control eficiente, que permita identificar cada una de las consignaciones realizadas por concepto de recaudo, así como su administración y contabilización, garantizando el correcto recaudo de la contribución parafiscal.

Meta: Identificación del 98% de consignaciones realizadas por los recaudadores.

**TABLA 7. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO META DE IDENTIFICACIÓN
CONSIGNACIONES AÑO 2017**

No DE CONSIGNACIONES SIN IDENTIFICAR 2017	No TOTAL DE CONSIGNACIONES REALIZADAS POR RECAUDADORES AÑO 2017	PORCENTAJE DE CONSIGNACIONES SIN IDENTIFICAR AÑO 2017
47	3.477	98,65%

En el primer semestre del año 2017, se identificaron el 98,65% de las consignaciones realizadas, el 1,35% no se ha identificado debido a la insuficiente información registrada en los formatos bancarios, para minimizar este número, el área de recaudo ha enviado el procedimiento de consignación a cada uno de los recaudadores y a través de los asesores de recaudo verifica continuamente que todos consignen mensualmente y aquellos que no registren pago se les solicitará la información y soportes, para verificar frente a los estados de cuenta.

El valor de las consignaciones sin identificar para el primer semestre de 2017 asciende a \$11.849.396¹² de los cuales \$9.857.895 corresponden al recaudador Almacenes Paraíso quien solicitó la devolución debido a una consignación de cuota de fomento de otro fondo parafiscal mientras que \$1.991.501 que representan el 0,13% del recaudo para el primer semestre de 2017.

- **Visitas a recaudadores**

Objetivo específico 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.

Meta: Realizar 1.430 visitas a recaudadores durante el primer semestre del año 2017.

TABLA 8. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO META PRIMER SEMESTRE DE 2017 DE VISITAS

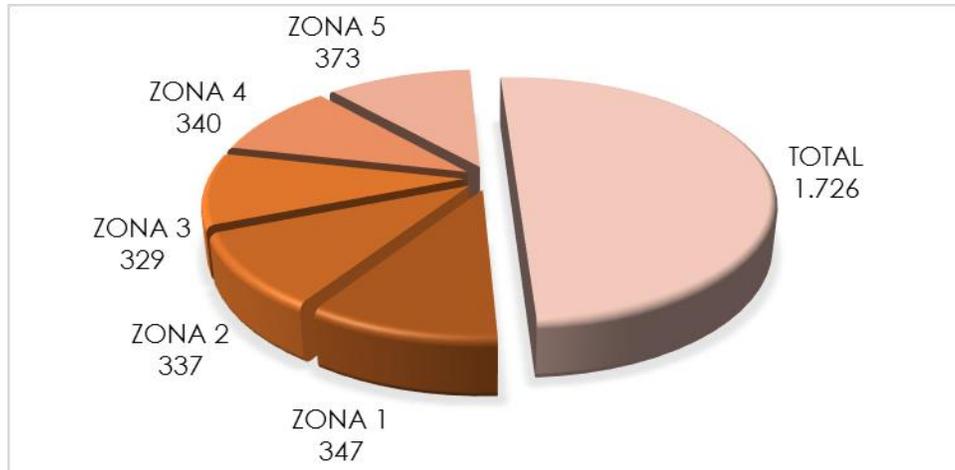
No. DE VISITAS PROYECTADAS EN PRIMER SEMESTRE AÑO 2017	No. TOTAL DE VISITAS EJECUTADAS A JUNIO 30 DE 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2017
1.430	1.726	120,70%

TABLA 9. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO META AÑO DE 2017

No. DE VISITAS PROYECTADAS EN AÑO 2017	No. TOTAL DE VISITAS EJECUTADAS A JUNIO 30 DE 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO No DE VISITAS PRIMER SEMESTRE AÑO 2017
3.000	1.726	57,53%

¹² El valor total de consignaciones sin identificar es de \$12.134.080, de los cuales 11.849.396 corresponden a vigencia 2017 y \$284.684 a vigencia 2016.

GRÁFICO 3. VISITAS REALIZADAS A RECAUDADORES



Fuente: Recaudo FNFP acumulado de visitas año 2016

TABLA 10. VISITAS REALIZADAS POR ASESOR DE RECAUDO AÑO 2017

ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3	ZONA 4	ZONA 5	TOTAL
347	337	329	340	373	1.726

Fuente: Recaudo FNFP 2017

Durante el primer semestre del año de 2017 se llevaron a cabo en promedio 58 visitas por asesor, estas se enfocaron en la búsqueda de nuevos recaudadores que puedan minimizar el impacto que ha generado el precio en el recaudo de la cuota de fomento, así como el seguimiento a recaudadores activos y renuentes.

Dentro de la estrategia de recaudo se priorizó en el aumento del número de recaudadores activos con los cuales cuenta cada zona. Para el año 2017 se espera contar con un número no inferior a 3.000 visitas que permitan hacer el seguimiento adecuado al recaudo.

1.6 PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN

Cartilla institucional: 10.000 cartillas institucionales del FNFP, la cual cuenta con la información sobre el recaudo de la cuota de fomento y los proyectos ejecutados. Está dirigida tanto a productores como a recaudadores y personas de interés para el fondo.

Cartillas de leyes: 6.000 libros de leyes, los cuales se dirigen principalmente a recaudadores y contiene el marco legal que rige al FNFP.

Cuñas radiales RCN: Contratación de 4 referencias de cuñas radiales emitidas durante un mes a nivel nacional en 3 emisoras de la cadena y contenido editorial en el programa "la tienda ganadora". Dirigidos a productores y recaudadores.

Cuñas radiales CORABASTOS: Contratación de 4 referencias de cuñas radiales emitidas durante 2 meses en la emisora de la Central Mayorista de Abastos CORABASTOS. Dirigido a comercializadores de papa.

Revista Fedepapa: Publicación del infograma de recaudo en cada edición de la revista papa. En el primer semestre han publicado 2 revistas y está dirigido a productores y comercializadores.

Capacitación azadón de oro: Capacitación a productores, comercializadores y recaudadores de la cuota de fomento de la papa. En el marco del evento AZADÓN DE ORO Y DAMA DE LA PAPA en el municipio de Sibaté, se contó con la presencia de periodistas de medios como CM&, Cadena Todelar, RTVC y Vistazo Agropecuario.

Página web Fedepapa: La información de recaudo publicada en la página web, además de comunicados emitidos por el área.

MARCO LÓGICO:

PROGRAMA:	ECONOMICO			
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.			
DESCRIPCIÓN GENERAL:	El proyecto está encaminado a desarrollar las estrategias y mecanismos establecidos para el recaudo de la cuota de fomento de la papa, su debida sistematización, y cumplimiento de las obligaciones de los recaudadores a nivel nacional, propendiendo por el incremento de la misma.			
VALOR DEL PROYECTO VIGENCIA 2017	\$514.934.654			
ACCIONES	INDICADOR	META	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS*
				*Eventos que pueden llevar al no cumplimiento de la acción
1. Plantear estrategias para el recaudo de la Cuota de Fomento a la papa, basados en los instrumentos que brinda la normatividad vigente y enfocados en la participación de todos los agentes de la cadena del sistema productivo papa.				
Ejecución procedimiento de recaudo	$\left(\frac{\text{VALOR RECAUDADO 2017}}{\text{VALOR PROYECTADO RECAUDO 2017}} \right) * 100\%$	Recaudar en el año 2017 \$ 3.968.919.468	Sistema contable	Se requiere contar con los asesores de recaudo y las herramientas necesarias durante los 12 meses de año 2017.
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	$\left(\frac{\# \text{ NUEVO RECAUDADORES 2017}}{\text{TOTAL DE RECAUDADORES REGISTRADOS 2017}} \right) * 100\%$	Incrementar en un 20% el número de recaudadores nuevos para el año 2017.	Sistema contable	Se debe contar con la información necesaria para la identificación de los nuevos recaudadores
Actualización base de datos de recaudadores	$\left(\frac{\# \text{ TOTAL DE RECAUDADORES REGISTRADOS 2017}}{\text{TOTAL RECAUDADORES 2017}} \right) * 100\%$	Tener una base de datos actualizada con el 100% de los recaudadores	Sistema contable. Actas de visita Rut de recaudadores	Se debe contar con la información necesaria para la actualización de los datos de los recaudadores.
3. Implementar un procedimiento de control eficiente, que permita identificar cada una de las consignaciones realizadas por concepto de recaudo, así como su administración v. contabilización, garantizando el correcto recaudo de la contribución parafiscal.				
Identificación de consignaciones efectuadas por parte de recaudadores	$\left(\frac{\# \text{ CONSIGNACIONES IDENTIFICADAS 2017}}{\# \text{ TOTAL DE CONSIGNACIONES 2017}} \right) * 100\%$	Identificar mensualmente el 98% de consignaciones realizadas por los recaudadores	Sistema contable Correos de información mensual de recaudadores	Las consignaciones deben diligenciarse de acuerdo al procedimiento establecido. Se debe contar con extractos bancarios
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.				
Realización de visitas a recaudadores	$\left(\frac{\# \text{ DE VISITAS REALIZADAS 2017}}{\# \text{ VISITAS PROYECTADAS 2017}} \right) * 100\%$	Realizar 3.000 visitas a recaudadores durante el año 2017	Actas de visita a recaudadores debidamente diligenciada	Se contara 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

ÍTEM	PPTO IER SEMESTRE 2017	EJECUCIÓN IER SEMESTRE 2017	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$150.819.082	\$142.663.420	94,59%
NÓMINA	\$150.819.082	\$142.663.420	94,59%
GASTOS GENERALES	\$123.532.512	\$93.461.121	75,66%
MUEBLES, EQUIPO DE OFICINA Y SW	\$5.552.000	\$4.720.384	85,02%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$31.900.000	\$25.497.308	79,93%
SERVICIOS PÚBLICOS	\$2.717.730	\$2.715.660	99,92%
ARRIENDOS	\$6.352.500	\$6.345.000	99,88%
CORREO	\$2.100.000	\$1.853.246	88,25%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$35.828.000	\$24.386.942	68,07%
CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN	\$18.987.200	\$14.316.692	75,40%
DOTACIONES	\$2.332.000	\$1.744.481	74,81%
COMISIONES Y GASTOS BANCARIOS	\$11.863.082	\$11.565.266	97,49%
TRANSPORTES, FLETES Y ACARREOS	\$900.000	\$316.142	35,13%
COMPRA BASE DE DATOS	\$5.000.000	\$0	0,00%
TOTAL PRESUPUESTO	\$274.351.594	\$236.124.541	86,07%

Se presentó una ejecución porcentual para el primer semestre de 2017 del 86,07%, presentándose ejecuciones bajas en los rubros de transportes fletes y acarreos tiene una ejecución del 35,13%, por optimización de los recursos y compra base de datos se programó teniendo en cuenta la necesidad que tiene el área de identificar nuevos recaudadores, al solicitar la cotización de esta a diferentes entidades, ninguna garantiza la efectividad de la misma, ya que no cuentan con una segmentación que clasifique a quienes comercializan papa, además se han realizado gestiones para la obtención de bases de datos que no han generado costo al Fondo.

PROYECTO: SISTEMAS DE INFORMACIÓN

La cadena agroalimentaria de la papa ha venido fortaleciendo un sistema de información consolidado, que proporcione de manera oportuna información sobre su sistema productivo y los principales indicadores del sector, necesarios para la toma de decisiones y la planificación de los actores involucrados en las diferentes etapas del proceso productivo y de comercialización.

Desde su creación, este sistema ha venido adelantando 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).

Este sistema de información tiene como fin acopiar, procesar, consolidar y difundir las cifras sectoriales, para así orientar el seguimiento y la evaluación de las decisiones de los agentes, con un enfoque multidimensional, conciso, veraz y confiable que permita basar sus herramientas en la administración de resultados basados en información oportuna.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

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

COBERTURA: Nacional

OBJETIVO GENERAL

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

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo específico 1: Definir técnicas y procedimientos estandarizados que garanticen la obtención de la información requerida.

Meta: Realizar un (1) instructivo metodológico con información sobre las fuentes e información relevante.

TABLA 11. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA META

META SEMESTRE DE 2017	EJECUCIÓN SEMESTRE DE 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
Un (1) instructivo metodológico	Un (1) instructivo metodológico.	100%

Principal resultado:

- ✓ Un (1) instructivo metodológico con información sobre:
 - Actores demandantes de información del sistema de información y estudios económicos del subsector de la papa
 - Fuentes secundarias autorizadas
 - Sobre los insumos de la información primaria
 - Actividades en el proceso de recolección y acopio

- Descripción de las fuentes por entregable

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

Meta: Realizar ciento treinta (130) boletines de precios diarios, diez (10) Boletines quincenales, cuatro (4) Boletines regionales y un (1) Informes de Coyuntura.

TABLA 12. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA META

META I SEMESTRE DE 2017	EJECUCIÓN I SEMESTRE DE 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
Ciento treinta (130) boletines de precios diarios	Ciento treinta (130) boletines de precios diarios	100%
Diez (10) Boletines quincenales	Diez (10) Boletines quincenales	100%
Cuatro (4) Boletines regionales	Cuatro (4) Boletines regionales	100%
Un (1) Informes de Coyuntura	Un (1) Informes de Coyuntura	100%

Principal resultado:

- ✓ Unificación de categorías de boletines *Econopapa*: Diarios (precios), quincenal (información nacional e internacional), mensual (regiones) y trimestral (coyuntura).

**Boletín
econopapa**

Los diferentes **boletines e informes se unificaron** bajo la misma categoría.



Divulgación del Econopapa:

- Diarios: Ciento treinta (130) boletines de precios en el semestre;
- Quincenal: Diez (10) ediciones en el semestre, para un total acumulado de 32 ediciones con información nacional e internacional;
- Mensual: Cuatro (4) boletines de regiones (Cundinamarca, Boyacá, Nariño y Antioquia)
- Trimestral: Un (1) informe de coyuntura económica nacional y sectorial.

Con el procesamiento de la información levantada en campo por el proyecto de "Núcleos progresivos para asistencia técnica", se construyó una línea base de costos de producción y se publicó en la revista del administrador. Artículo: "Estructura de costos de producción, en el cultivo de papa".

Revista PAPA ed. 41



Objetivo específico 3: Acopiar, recolectar, consolidar y verificar datos sobre las distintas series estadísticas de la línea base.

Meta: Veintiséis (26) registros (semanales) de precios, seis (6) registros (mensuales) de importaciones y exportaciones, un (1) registros (semestrales) de área y producción de papa.

TABLA 13. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA META

META I SEMESTRE DE 2017	EJECUCIÓN I SEMESTRE DE 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
Veintiséis (26) registros semanales de precios	Veintiséis (26) registros semanales de precios	100%
Seis (6) registros mensuales de importaciones y exportaciones	Seis (6) registros mensuales de importaciones y exportaciones	100%
Un (1) registros semestrales de área y producción de papa	Un (1) registros semestrales de área y producción de papa	100%

Principal resultado:

La serie estadística de comercio exterior y semanal de precios pagados al productor para once variedades (Ica Nevada, Ica Huila, Ica única, Ica Puracé, Pastusa, Suprema, Superior, Betina, Criolla Limpia y Sucia, Diacol Capiro y Tuquerreña) durante el periodo 2012w1 a 2017w26, sustentaron la demanda ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, por un posible caso de dumping por la comunidad europea (Alemania, Bélgica, Francia y Países Bajos) a la subpartida 2004.10.00.00 referente a papa precocida congelada.

Otras actuaciones:

- **Participación en la demanda antidumping a la subpartida 2004.10.00.00**

El proyecto de Sistemas de Información y Estudios económico del Fondo Nacional de Fomento de la Papa brindó las bases de información e insumos necesarios para la identificación e investigación de dumping por parte de la Comunidad Europea (Alemania, Bélgica, Francia y Países Bajos).

En enero de 2017, con la publicación de la circular No 79 del 11 de diciembre de 2015, en el que se dictaban las medidas antidumping a la Comunidad Europea por parte de Brasil, se inició un proceso de seguimiento y recopilación de información para identificar si en Colombia los Productores de Papa y su Industria Nacional Procesadora, estarían siendo objeto de esta práctica.

Gracias al análisis de la última década del comercio exterior de papa en Colombia y sus principales socios comerciales, se estableció la base para alertar al alto gobierno sobre esta práctica.

Desde ese momento, el Fondo ha participado activamente en mesas de trabajo sectoriales con: Fedepapa-FNFP, Industria Nacional Procesadora, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y Ministerio de Agricultura.

- **Convenio con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE.**

Con el fin de lograr un plan de estandarización de información y estadísticas en el subsector papa, que logre involucrar los actores interesados en la información sectorial; a partir del compromiso amplio y activo de las partes, se ha participado activamente durante el año 2017, de una mesa de trabajo conformada por La Federación Colombiana de Productores de Papa-Fedepapa, El Fondo Nacional de Fomento de la Papa, El Consejo Nacional de la Papa y Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas-DANE, orientando los procedimientos a los que se somete la información, en aras de alcanzar la certificación estadística y de registros, brindando un respaldo a todo el conjunto de productores y usuarios de la información del subsector papa a nivel nacional.

Promoción y divulgación del proyecto:

Las actividades del proyecto se han divulgado a través de:

- Boletines informativos Econopapa dirigido a productores, entidades privadas y públicas, academia y centros de investigación.
- Artículo en la revista PAPA publicada por el administrador.
- Presencia en medios informativos de carácter nacional e internacional donde se publica información económica del sector.

MARCO LÓGICO					
SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y ESTUDIOS ECONÓMICOS					
ESTUDIOS ECONÓMICOS					
PROYECTO					
PROGRAMA					
OBJETIVO GENERAL:	Acopiar, procesar, y difundir información económica y estadística sobre variables de importancia económica (Precios, áreas, producción, comercio exterior, costos de producción, entre otras), mediante la puesta en operación de un sistema de información que genere información oportuna, veraz y confiable para toma de decisiones en la cadena agroalimentaria de la papa.				
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Fortalecer y consolidar el Sistema de Información de la Papa actual, mediante la consecución de datos que alimenten series estadísticas (precios, costos de producción, áreas, producción, condiciones climáticas, comercio exterior, entre otras), transformando los datos en información relevante y oportuna, en aras de facilitar la toma de decisiones de los integrantes de la cadena agroalimentaria y productiva de la papa.				
ACCIONES	INDICADOR ECONÓMICO	METAS	RESULTADO	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS* *Eventos que pueden llevar al no cumplimiento de la acción
1.1. RECOLECCIÓN, TRANSFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN					
Definir técnicas y procedimientos estandarizados que garanticen la obtención de la información requerida.	# Informes realizados *100 # informes programados	1 informe y/o boletín metodológico	100%	Informes y/o Boletines metodológico	Existencia de consenso en los mecanismos y procedimientos de transformación de los datos. Datos e información de los municipios disponible, oportuna y actualizada por parte de las fuentes.
Acopiar, recolectar, consolidar y verificar datos sobre las distintas series estadísticas de la línea base.	# registros realizados *100 # registros programados	52 registros (semanales) de precios. 2 registros (semestrales) de área y producción de papa. 12 registros (mensuales) de Comercio Exterior (importaciones y/o exportaciones).	100%	Series Estadísticas	Datos e información de los municipios disponible, oportuna y actualizada por parte de las fuentes. \$ 46.453.968
Brindar información relevante, disponible, oportuna y confiable, mediante la publicación del Economopapa, con destino a productores, entidades privadas, gubernamentales y academia.	# Informes realizados *100 # informes programados	130 boletines de precios diarios. 10 boletines quincenales. 4 boletines regionales. 1 informes de Coyuntura.	100%	Informes y/o Boletines	Datos e información de los municipios disponible, oportuna y actualizada por parte de las fuentes.

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PPTO IER SEMESTRE 2017	EJECUCIÓN IER SEMESTRE 2017	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$22.010.861	\$20.890.760	94,91%
NÓMINA	\$22.010.861	\$20.890.760	94,91%
GASTOS GENERALES	\$22.510.000	\$18.021.544	80,06%
MUEBLES, EQUIPO DE OFICINA Y SW	\$16.950.000	\$15.997.642	94,38%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$600.000	\$579.031	96,51%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$4.800.000	\$1.444.871	30,10%
CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN	\$160.000	\$0	0,00%
TOTAL PRESUPUESTO	\$44.520.861	\$38.912.304	87,40%

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 capacitación y divulgación, se reprogramaron las reuniones con los actores académicos en la cadena para el tercer trimestre del año. Finalmente, el rubro de viáticos y gastos de viaje, no se ejecutó plenamente por el inicio del proceso antidumping con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, requiriendo la presencia del profesional de sistemas de información para atender los requerimientos de información.

PROYECTO: GRUPOS ASOCIATIVOS PARA EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

La historia registra que el hombre necesitó asociarse de diferentes maneras desde la época primitiva para el beneficio de sus objetivos y lograr los medios de subsistencia que, en ese entonces eran principalmente la alimentación y la convivencia social, en tal sentido la asociatividad tiene sus orígenes desde el momento mismo que el hombre creó esta necesidad.

Luego, a lo largo del tiempo y de la especialización del conocimiento del hombre, la asociatividad se ha desarrollado enormemente, creando diferentes modelos sociales que permiten en la actualidad el buen funcionamiento, operacional y organizativo de los grupos que se unen para fines comunes. Por ejemplo, en el sentido económico, la asociatividad abarca diferentes tipos de grupos de personas, como son asociaciones cooperativas, sociedades mercantiles, entre otras. La asociatividad en términos económicos se deriva de la unión o integración de personas o de empresas con fines comunes, bajo la misma normativa e ideología mercantil en cualquier modelo empresarial bien estructurado.

Ahora bien, teniendo presente la naturaleza económica y partiendo del buen ser, la asociatividad trae consigo muchos beneficios desde tiempos muy antiguos, destacándose entre ellos el establecimiento de economías de escala, la creación de fuentes de empleo y de diversificación productiva.

Por todo lo anterior, en un sector (como el de la papa) que cuenta con 110 mil familias que dependen de esta actividad, la asociatividad nace como un foco de desarrollo, y en la medida que haya procesos de formalización empresarial, los productores podrán acceder a nuevos mercados y canales de comercialización imposibles de alcanzar a nivel individual, facilitando así, los encadenamientos y alianzas productivas, que permitirán llegar a otras fuentes y programas de apoyo.

Es por ello que, este proyecto del Fondo Nacional de Fomento de la Papa-FNFP, busca atender las necesidades de estos grupos en cuanto a su impulso organizacional enlazando la cadena de valor, proponiendo un acompañamiento a diez (10) grupos asociativos a nivel nacional con expertos en temas administrativos, financieros, comerciales, logísticos y de mercadeo en la Formulación del Plan de Negocios, en el cual se propondrá la definición del portafolio de productos y servicios, el esquema de precios, las oportunidades en la comercialización y la promoción de los productos, todo esto acompañado del diseño y desarrollo de estrategias de marca y publicidad.

POBLACIÓN OBJETIVO

El grupo objetivo son diez (10) asociaciones de productores de papa que estén ubicadas en el territorio colombiano, distribuidas así:

TABLA 14. DISTRIBUCIÓN DE LOS GRUPOS ASOCIATIVOS PARA FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

OBJETIVO	No. DE ASOCIACIONES
Implementar y evaluar el modelo de negocio diseñado en el año 2016	3
Diseñar el Modelo de Negocio	7
TOTAL	10



Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa

Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto busca el acompañamiento de expertos en temas administrativos, financieros, comerciales, logísticos y de mercadeo a diez (10) asociaciones a nivel nacional, entre ellas algunas de las que fueron beneficiadas y que darán continuidad al proceso de inversión en su plan de negocio, de modo que para las nuevas se abra espacio para el desarrollo y formulación del plan de negocios, mientras que para los segundos sea el proceso de implementación del plan formulado, apoyando así temas como la esquematización de precios, oportunidades en la comercialización, promoción de los productos e imagen empresarial.

COBERTURA: Nacional

OBJETIVO GENERAL

Asesorar y fundamentar a siete (7) nuevas asociaciones en el proceso de esquematización de un plan de negocios, y apoyar, orientar y guiar a tres (3) asociaciones que, siendo asesoradas, hayan decidido invertir en la implementación y continuidad de su plan de negocios, a través de la generación y difusión de información de precios y mercados, fortalecimiento empresarial y la promoción de productos competitivos, contribuyendo a la supervivencia y visión a largo plazo de su producción.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo específico 1: Convocar a siete (7) nuevos grupos asociativos del subsector papa, para procesos de fortalecimiento empresarial.

Meta: Siete (7) nuevos grupos asociativos del subsector papa.

TABLA 15. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA META

META I SEMESTRE DE 2017	EJECUCIÓN I SEMESTRE DE 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
Siete (7) nuevos grupos asociativos del subsector papa	Siete (7) nuevos grupos asociativos del subsector papa.	100%

Principal resultado:

La convocatoria de los nuevos grupos asociativos tuvo apertura el 15 de mayo de 2017 y finalizó 09 de junio de 2017. Las siete asociaciones seleccionadas fueron:

NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN		DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	NÚMERO ASOCIADOS
COOFADEV	Cooperativa Multiactiva de Familias Agropecuarias de Villapinzón	Cundinamarca	Villapinzón	27
ASOAGROGUACHETA	Asociación de Productores de Papa y Productores Agropecuarios de clima Frío de Guachetá	Cundinamarca	Guachetá	83
ASOCAP AGROALMEIDA	Asociación de Productores Agropecuarios del Municipio de Chocontá	Cundinamarca	Chocontá	147
ASOAGRA	Asociación de Agricultores de Granada	Cundinamarca	Granada	23
DIGNIDAD PAPERÁ COLOMBIANA	Asociación de productores de Papa y Cultivos de clima frío	Cundinamarca	Villapinzón	350
ASOPSAG	Asociación de Productores Agropecuarios de San José de Gacal	Boyacá	Venta quemada	36
COOPINTEAGROGAMZA	Cooperativa Integral de Productores, procesadores y comercializadores de productos agropecuarios	Boyacá	Gámeza	24

Objetivo específico 2: Convocar a tres (3) grupos asociativos del subsector papa, participantes de 2016 procesos de seguimiento a la implementación del plan de negocios.

Meta: Tres (3) grupos asociativos del subsector papa participantes de 2016.

TABLA 16. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA META

META I SEMESTRE DE 2017	EJECUCIÓN I SEMESTRE DE 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
Tres (3) grupos asociativos del subsector papa participantes de 2016	Dos (2) grupos asociativos del subsector papa participantes de 2016.	67%

Principal resultado:

La convocatoria para la continuidad de los grupos asociativos tuvo apertura el 15 de mayo de 2017 y finalizó 07 de junio de 2017. Las dos (2) asociaciones seleccionadas fueron:



La difícil coyuntura de este año debido a los bajos precios ha hecho que las asociaciones del sector presenten dificultades financieras, motivo por el cual, solo dos asociaciones manifestaron la intención de realizar la inversión requerida en el plan de negocios, cumpliendo con los requisitos.

Objetivo específico 3: Desarrollar un proceso de formación en emprendimiento y fortalecimiento empresarial a las asociaciones que permita la elaboración de plan de negocios.

Meta: Tres (3) talleres para los grupos asociativos del subsector papa de implementación.

TABLA 17. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LA META

META I SEMESTRE DE 2017	EJECUCIÓN I SEMESTRE DE 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
Tres (3) grupos asociativos del subsector papa participantes de 2016	Tres (3) grupos asociativos del subsector papa participantes de 2016.	67%

Principal resultado:

Dos (2) taller de socialización, caracterización y diagnóstico para las asociaciones de 2016. Este indicador no se cumplió al 100% debido a que de las tres asociaciones que se tenían contempladas, solo dos quedaron seleccionadas en la parte de implementación del plan de negocios.

Principales aspectos de la metodología del proyecto:

Para este año el proyecto, adaptó la metodología Link desarrollada por el Centro Internacional de Agricultura Tropical- CIAT, debido a que esta se implementó once (11) veces a nivel centroamericano; siempre obteniendo buenos resultados en cuanto al desarrollo del marco de Alianzas de Aprendizaje.

En Colombia, la metodología nace como resultado del estudio del Proyecto Apoyo a Alianzas Productivas, implementado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) con el apoyo del Banco Mundial, en el que se analizó el grado de inclusión de 10 alianzas desarrolladas en distintas partes del País y se identificaron los cambios más significativos y las lecciones aprendidas, siendo está financiada por la Fundación Ford y el MADR.

Desarrollo del proceso de formación en modelos de negocio:

Con el fin de que las actividades de formación tengan una mayor interactividad, los conceptos queden más claros y los participantes tengan material de consulta, se desarrollará material (Cartillas) que les permitirá, realizar sus propios apuntes y determinar sus propias conclusiones.

Las nuevas asociaciones recibirán un proceso de formación en Modelos de Negocio de acuerdo con la metodología Link, mediante la cual aprenderán las diferentes herramientas para formular el plan de negocio de su proyecto asociativo. Este proceso de formación será de 3 talleres:

TALLERES FORMACIÓN TÉCNICA	HORAS DE FORMACIÓN
Mapeo de la Cadena de Valor	8 horas
Plantilla de Modelo de Negocio y principios	8 horas
Marca, publicidad y promoción	4 horas
TOTAL PROCESO DE FORMACIÓN	20 HORAS

Transversalmente los talleres y actividades realizadas en el proyecto abarcarán:

- Análisis del sector
- Análisis del mercado
- Definición del modelo de negocio para la asociación
- Segmento de clientes
- Propuesta de valor
- Canales
- Relaciones con clientes
- Flujo de ventas
- Recursos claves

- Actividades claves
- Socios claves
- Estructura de costos
- Estrategias de mercadeo
- Estrategias de distribución
- Estrategias de precios
- Estrategias de promoción
- Estrategias de comunicación
- Estrategias de servicio
- Estrategias de aprovisionamiento
- Presupuesto de estrategias
- Plan de implementación

Promoción y divulgación del proyecto:

Las actividades del proyecto se han difundido a través de la revista, página web y las redes sociales del administrador.

MARCO LÓGICO		 		
PROYECTO	GRUPOS ASOCIATIVOS SISTEMA PRODUCTIVO DE PAPA FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL			
PROGRAMA	ESTUDIOS ECONÓMICOS			
OBJETIVO GENERAL:	Asesorar y fundamentar a siete (7) nuevas asociaciones en el proceso de esquematización de un plan de negocios y apoyar, orientar y guiar a tres (3) asociaciones que, siendo asesoradas, hayan decidido invertir en la implementación y continuidad de su plan de negocios, a través de la generación y difusión de información de precios y mercados, fortalecimiento empresarial y la promoción de productos competitivos, contribuyendo a la supervivencia y visión a largo plazo de su producción.			
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Este proyecto busca el acompañamiento de expertos en temas administrativos, financieros, comerciales, logísticos y de mercadeo a diez (10) asociaciones a nivel nacional, entre ellas algunas de las que fueron beneficiadas y que darán continuidad al proceso de inversión en su plan de negocio, de modo que para las nuevas se abra espacio para el desarrollo y formulación del plan de negocios, mientras que para los segundos sea el proceso de implementación del plan formulado, apoyando así temas como la esquematización de precios, oportunidades en la comercialización, promoción de los productos e imagen empresarial.			
VALOR PROYECTO:	\$ 172.300.000			
ACCIONES	INDICADOR ECONÓMICO	METAS	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUJETOS* *Eventos que pueden llevar al no cumplimiento de la acción
1.1 GRUPOS ASOCIATIVOS SISTEMA PRODUCTIVO DE PAPA FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL				
Desarrollar un proceso de formación en emprendimiento y fortalecimiento empresarial a las asociaciones que permita la elaboración de plan de negocios.	Capacitaciones realizadas en PDN *100 3 Capacitación realizada en PDN	3 Talleres formativos	Informe y/o presentación sobre contexto sectorial	Información disponible. Información verídica provenientes de asociaciones. Contar con datos sobre el mercado nacional y local.
Convocar a siete (7) nuevos grupos asociativos del subsector papa, para procesos de fortalecimiento empresarial.	Asociaciones inscritas *100 7 Nuevas asociaciones inscritas	Siete (7) nuevos grupos asociativos del subsector papa, para procesos de fortalecimiento empresarial.	Informe y/o presentación sobre diagnóstico	Información disponible. Información verídica provenientes de asociaciones. Contar con datos sobre el mercado nacional y local.
Convocar a tres (3) grupos asociativos del subsector papa, participantes de 2016 procesos de seguimiento a la implementación del plan de negocios.	Asociaciones inscritas *100 3 Asociaciones de 2016 inscritas	Tres (3) grupos asociativos del subsector papa, participantes de 2016 procesos de seguimiento a la implementación	Informe y/o plan de negocios	Información disponible. Información verídica provenientes de asociaciones. Contar con datos sobre el mercado nacional y local.

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PPTO IER SEMESTRE 2017	EJECUCIÓN IER SEMESTRE 2017	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$59.360.000	\$21.200.000	35,71%
HONORARIOS	\$59.360.000	\$21.200.000	35,71%
GASTOS GENERALES	\$47.625.000	\$493.200	1,04%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$35.625.000	\$493.200	1,38%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$12.000.000	\$0	0,00%
TOTAL PRESUPUESTO	\$106.985.000	\$21.693.200	20,28%

La ejecución presupuestal general fue del 20,28%, presentándose bajas ejecuciones en los subrubros de: Honorarios con una ejecución porcentual del 35,71%, debido a que la contratación de los consultores se realizó a partir del mes de mayo, principalmente por la ampliación en el plazo de la convocatoria para los contratistas; seguidamente, Viáticos y gastos de viaje con una ejecución porcentual del 1,38%, la contratación de los consultores se realizó a partir del mes de mayo y las asociaciones serán visitadas solo hacia el final de junio. Finalmente, Materiales y suministros con una ejecución porcentual del 0,00%, por un ajuste en el cronograma del plan de acción este rubro se ejecutará en el tercer trimestre.

b. PROGRAMA: INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

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

DESCRIPCIÓN GENERAL

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

Extensión rural

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

Fertirriego

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

OBJETIVO GENERAL

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los pequeños y medianos productores de papa, mediante la extensión rural y capacitación, para aumentar la productividad y calidad de los cultivos de papa.

Cobertura nacional

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

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo específico 1: Adelantar un proceso de vinculación del recurso humano para la ejecución del proyecto

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

TABLA 18. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL PRIMER SEMESTRE 2017

INDICADOR	META ANUAL	EJECUCIÓN IER SEMESTRE	% AVANCE IER SEMESTRE
# Director contratado	1	1	100%
# Asistente administrativo contratado	1	1	100%
# Extensionistas contratados	23	23	100%
# Coordinadores contratados	2	2	100%

Este proceso de selección inicio desde el mes de noviembre de 2016 a través de 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, con una inclusión de las personas contratadas en el proyecto núcleos progresivos de asistencia técnica en el sector productivo de papa de 2016.

Se evaluaron más de 200 hojas de vida postuladas en la convocatoria abierta, una vez realizado un primer proceso de selección se pasaron a una prueba psicotécnica 40 hojas de vida, para dar conformación al grupo de 23 extensionistas y 2 coordinadores de zona, distribuidos por departamentos de la siguiente manera:

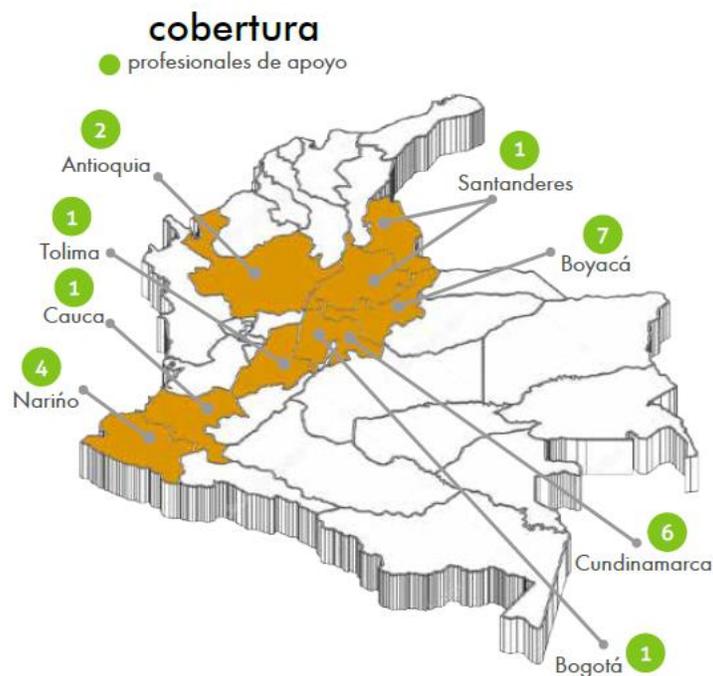


Imagen 1. Fuente FNFP cobertura nacional del proyecto.

Los 25 extensionistas iniciaron con un contrato a término fijo del 22 de enero de 2017 hasta el 21 de diciembre de 2017.

Objetivo específico 2: Desarrollar un proceso de capacitación dirigido al recurso humano contratado.

Meta: Capacitar a 26 profesionales en temas específicos del cultivo de la papa.

**TABLA 19. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO CAPACITACIÓN A PROFESIONALES
PRIMER SEMESTRE 2017**

INDICADOR	META ANUAL	EJECUCIÓN IER SEMESTRE	% DE AVANCE IER SEMESTRE
# de curso de capacitación contratado	1	1	100%
# de personas capacitadas	26	26	100%

Teniendo en cuenta que la extensión rural de buena calidad permite el establecimiento de la relación de confianza que debe existir entre agricultores y técnicos para lograr resultados óptimos en el proceso de transferencia de tecnología, se hace necesario contar con equipo de profesionales especializados en el cultivo de papa, que garanticen que los conocimientos técnicos sean transmitidos de una manera confiable y veraz al agricultor.

Por lo anterior se realizó una capacitación continua en "INNOVACIÓN Y DESARROLLO DEL SISTEMA PRODUCTIVO DE LA PAPA" con todo el equipo de extensionistas, donde se tuvo un espacio para interactuar y conocer las experiencias de todas las zonas paperas de Colombia. Esta capacitación se llevó a cabo con una intensidad de 120 horas a través de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia en alianza con el CREPIB, los cuales brindaban una experiencia académica en el cultivo con la siguiente intensidad horaria (tabla 20):

TABLA 20. PENSUM DE LA CAPACITACIÓN

TEMA	MÓDULO	HORAS
1	Contexto y situación sectorial	4
2	Eco fisiología de la papa y cambio climático	24
3	Manejo integrado de la nutrición mineral (relación suelo-agua-planta)	24
4	Principales problemas fitosanitarios y MIPE	20
5	Técnicas de aplicación	4
6	Producción de semillas y recursos genéticos	8
7	Mecanización y procesos de transformación	16
8	Procesos de transferencia de tecnología (extensión rural)	20
TOTAL		120

Esta capacitación se realizó en la ciudad de Tunja desde el 23 de enero hasta 10 de febrero de 2017, con la participación de los 26 profesionales.



Imagen 2. Equipo de extensionistas especialistas en papa 2017 fuente FNFP

Objetivo específico 3. Brindar el servicio de extensión rural a 11.140 pequeños y medianos productores de papa de los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia, Cauca, Santander, Norte de Santander, Tolima y Distrito Capital (4.140 directos, 6.900 indirectos y 100 app).

Meta:

INDICADOR	META
Selección de productores	4.140
Parcelas montadas	46
Número de visitas a líder con parcela demostrativa	460
Número de visitas a líderes	3.220
Número de visitas seguidores	10.350
Número de productores capacitados	6.900
Número de talleres de capacitación	460
Número de días de campo	184

TABLA 21. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO PRODUCTORES SELECCIONADOS PRIMER SEMESTRE 2017

INDICADOR	META ANUAL	EJECUCIÓN IER SEMESTRE	% DE AVANCE IER SEMESTRE
# de productores con procesos de extensión rural	4.140	4.140	100%

En la vigencia 2017 se buscó hacer convocatoria abierta con la participación de las diferentes entidades del estado, como Alcaldías y Umatas por solicitud de los agricultores para la selección de los usuarios, con los cuales se conformaron 46 núcleos (14 Cundinamarca, 14 Boyacá, 8 Nariño, 4 Antioquia, 2 Tolima, 2 Cauca, 2 Santander y Norte de Santander) compuesto por 690 líderes y 3.450 seguidores, con una fecha de apertura del 16 marzo y fecha de cierre 3 de abril de 2017 con los siguientes requisitos:

- Ser productor de papa con menos de 5 hectáreas cultivadas de papa, y a la fecha tener lote para establecer cultivo en el área de influencia, o establecerlo antes del 30 de marzo.
- Ser mayor de edad.
- Estar dispuesto(a) tener establecido/ido algún mecanismo de validación de costos de producción.
- Disponer del tiempo necesario para participar en los días de campo y actividades.
- Estar de acuerdo con los principios de demostración y participación colaborativa con el Extensionista.
- Aceptar el proceso de extensión rural y realizar las prácticas agronómicas que de común acuerdo se establezcan para el buen funcionamiento de la parcela.
- Servir de multiplicador de la tecnología al interior de su comunidad.
- El agricultor debe presentar o evidenciar que la cosecha de papa que va a hacer asistida por medio del presente proyecto, paga cuota de fomento; es decir, el beneficiario debe exigir al comprador que realice la retención del 1% sobre el valor de la venta.

Sin embargo, como resultado de este proceso de convocatoria para la selección de productores beneficiarios del servicio de extensión rural, se identificó que algunas alcaldías no apoyan este tipo de procesos o los usuarios inscritos no cumple con los requisitos mínimos, teniendo un promedio del 50% productores inscritos en la convocatoria. Lo que permite un proceso de aprendizaje de no realizar este tipo de convocatorias por este medio para la siguiente vigencia. No obstante, para completar el 100% de los productores del proyecto se llevó a cabo la inscripción en las veredas de los municipios a productores de papa por parte de los extensionistas.

Se seleccionaron 4.140 beneficiarios directos en los diferentes departamentos caracterizándolos como líderes y seguidores (tabla 22):

- Líderes: Agricultores con perfil emprendedor y liderazgo reconocido, abierto al cambio y que facilita las demostraciones de método que se realizarán en su predio.
- Seguidores: Agricultores con perfil emprendedor que se destaca en su región y que aún es empírico en el desarrollo de su labor agrícola, normalmente es seguidor del empresarial y cuenta con carácter innovador, también facilita las demostraciones de método.

TABLA 22. DISTRIBUCIÓN DE LOS NÚCLEOS Y PRODUCTORES EN EL PAÍS

DEPARTAMENTO	# NÚCLEOS	# LIDERES	# SEGUIDORES
Boyacá	14	210	1.050
Cundinamarca	14	210	1.050
Nariño	8	120	600
Antioquia	4	60	300
Santander y Norte de Santander	2	30	150
Tolima	2	30	150
Cauca	2	30	150
TOTAL	46	690	3.450

**TABLA 23. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO MONTAJE DE PARCELAS DEMOSTRATIVAS
PRIMER SEMESTRE 2017**

INDICADOR	META ANUAL	EJECUCIÓN IER SEMESTRE	% DE AVANCE IER SEMESTRE
# de parcelas montadas	46	46	100%

Para el desarrollo del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural, fueron entregados los siguientes beneficios a los productores: análisis de suelos, semilla certificada, fertilizante edáfico a quienes contaban con parcela demostrativa.

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

- **Análisis de suelos**

La toma de análisis de suelo es una práctica que no es usual en los agricultores de papa, generando dificultades en el proceso de extensión rural en la obtención de la misma de manera previa a la siembra. Por tal motivo se incluyó en el desarrollo de las parcelas demostrativas del núcleo, esta herramienta técnica como parte fundamental de la planeación del cultivo de papa. En total se procesaron 48 muestras de todos los núcleos con un análisis en fase soluble.

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

- **Semilla Certificada**

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 (63%), Pastusa Suprema (26%) Criolla Colombia (8%), Pastusa Superior (3%), siendo los materiales de mayor importancia para el consumo en fresco y para procesos de transformación industrial, con un total de 920 bultos.



Imagen 3. Fuente FNFP semilla certificada entregada

- **Fertilizante edáfico**

Se entregaron 1.208 bultos de fertilizante edáfico, según los resultados de los análisis de suelo y las necesidades del cultivo. Es de resaltar que se tenía inicialmente proyectado entregar 20 bultos de fertilizante por núcleo; pero debido a una buena utilización de los recursos se logró entregar en promedio 24 bultos por núcleo beneficiado (tabla 24).

TABLA 24. DISTRIBUCIÓN Y COMPRA DE FERTILIZANTE ENTREGADO

BULTOS	DEPARTAMENTO
896	Boyacá, Cundinamarca, Antioquia
184	Nariño
48	Tolima
40	Santander
40	Cauca
1.208	

TABLA 25. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO VISTAS DE CAMPO PRIMER SEMESTRE 2017

INDICADOR	META ANUAL	EJECUCIÓN IER SEMESTRE	% DE AVANCE IER SEMESTRE
# de visitas realizadas a productor líder con parcela demostrativa	460	279	61%
# de visitas realizadas a productores líderes	3.220	601	19%
# de visitas realizadas a productores seguidores	10.350	3.467	33%

La extensión rural prestada a los productores por parte del Fondo Nacional del Fomento de la Papa, para la vigencia 2017 ha tenido una receptividad buena, dado que el enfoque de todo el sistema productivo le muestra al agricultor su cultivo de una forma empresarial; lo que se evidencia en la ejecución de las visitas realizadas a los productores en el transcurso del primer semestre (tabla 25). Así mismo se puede detallar la participación de estas actividades por departamentos (tabla 26).

TABLA 26. VISITAS REALIZADAS A PRODUCTORES POR DEPARTAMENTO

DEPARTAMENTO	VISITAS NÚCLEOS	VISITAS LIDERES	VISITA SEGUIDORES
Boyacá	65	204	1.112
Cundinamarca	89	126	976
Nariño	45	111	601
Antioquia	29	65	309
Santander y Norte de Santander	21	32	159
Tolima	14	34	164
Cauca	16	29	146
TOTAL	279	601	3.467

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

Por medio de las capacitaciones los extensionistas brindan conocimiento en nuevas metodologías como lo son: BPA's, Nutrición mineral, Manejo Integrado de Plagas y Enfermedades (MIPE), entre otros. Con lo que se ha logrado crear conciencia del uso racional de los recursos desde el momento de la siembra, tipo de maquinarias a utilizar, ser precisos en las cantidades y dosis de los productos y entender la fisiología del cultivo de la papa.

TABLA 27. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE CAPACITACIONES PRIMER SEMESTRE 2017

INDICADORES	META ANUAL	EJECUCIÓN IER SEMESTRE	% DE AVANCE IER SEMESTRE
# de productores capacitados	6.900	2.935	43%
# de talleres de capacitación	460	153	33%
# de días de campo realizados	184	96	52%

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

- Análisis de Suelos y plan de fertilización
- Técnicas de mecanización y conservación de suelos
- Uso y manejo adecuado de productos fitosanitarios
- Buenas Prácticas Agrícolas
- Nutrición mineral en el cultivo de la papa
- Manejo de costos de producción en el cultivo de papa

Esto con metodologías de extensión grupal, donde se busca la participación activa del productor aportando sus conocimientos por medio de escenarios de desarrollo próximo y ambientes de aprendizaje. Así mismo se hacen días de campo en los núcleos donde se realiza Investigación-acción participativa en cuatro momentos esenciales del cultivo de papa siembra, aporque, floración y cosecha (tabla 28).

TABLA 28. CAPACITACIONES Y PARTICIPANTES A LOS DIFERENTES MÉTODOS DE EXTENSIÓN RURAL

DEPARTAMENTO	CAPACITACIONES	CAPACITADOS	DÍAS DE CAMPO
Boyacá	45	815	28
Cundinamarca	45	846	34
Nariño	28	541	11
Antioquia	14	276	8
Santander y Norte de Santander	7	152	5
Tolima	7	149	5
Cauca	7	156	5
TOTAL	153	2.935	96

Objetivo específico 4. Implementación, validación y transferencia de tecnología a pequeños y medianos productores sobre un sistema de fertirriego en los departamentos de Boyacá y Cundinamarca.

Meta: Identificar, seleccionar y vincular dos asociaciones

**TABLA 29. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO SELECCIÓN DE ASOCIACIONES
PRIMER SEMESTRE 2017**

INDICADOR	META ANUAL	EJECUCIÓN IER SEMESTRE	% DE AVANCE IER SEMESTRE
# de asociaciones seleccionadas	2	2	100%

El proceso se inició con la Invitación a 6 empresas dedicadas al suministro de equipos de fertirriego, para la presentación de propuestas para la compra del sistema de riego. A esta invitación se presentaron tres empresas relacionadas a continuación:

- NETAFIM COLOMBIA LTDA.
- ARG INGENIERÍA Y SUMINISTROS SAS
- PSI

Se resalta que en Colombia los proveedores no cuentan con experiencia en fertirriego en papa. Adicionalmente las propuestas con la mejor calidad y especificaciones técnicas necesarias son superiores al presupuesto para este proyecto. Sin embargo, se propone una alianza de investigación logrando un apalancamiento con NETAFIM COLOMBIA LTDA., dando soporte y acompañamiento técnico durante la duración del proyecto. Por tal motivo se decide hacer la alianza con ellos para la compra y desarrollo del proyecto de sistemas de fertirriego en papa.

Para la selección de las asociaciones se efectuó una convocatoria abierta por medio de una invitación a través de la página web de FEDEPAPA, las redes sociales (Facebook, Twitter), los comités municipales de la federación, alcaldías, Umatas, Epsagros o quien haga sus veces, con el objeto de que todas aquellas asociaciones de productores de papa, en los departamentos de Boyacá y Cundinamarca. La fecha de apertura fue 25 de abril y la fecha de cierre 15 de mayo de 2017.

Asociaciones que se presentaron a la convocatoria:

Cundinamarca:

- Asociación de productores de papa y cultivos de clima frio del municipio de Sesquilé
- Asociación de productores de papa y cultivos de clima frio del municipio de Tausa
- Asociación de productores agropecuarios de Chocontá Agroalmeida

Boyacá:

- Cooperativa integral agropecuaria el olivo
- Asociación de productores agropecuarios de San José del Gacal
- Grupo agroindustrial CAMVER

Preselección de las asociaciones:

Se tuvo en cuenta los requerimientos de la población objeto y la presentación completa de los documentos, consecuentemente las dos primeras asociaciones que cumplieron con los requisitos fueron seleccionadas para visita técnica en campo por parte del FNFP-FEDEPAPA y NETAFIM (empresa de fertirriego) para evaluar los siguientes criterios técnicos:

- Disponibilidad de una lámina de agua de 3mm/día/ha
- Inclinación de lote no mayor al 5%
- No estar en áreas de especial importancia ecológica como páramos y humedales.

Las asociaciones seleccionadas para este proyecto luego de la visita técnica fueron:

- Asociación de productores de papa y cultivos de clima frío del municipio de Sesquilé
- Grupo agroindustrial CAMVER



Imagen 4. Fuente FNFP Lote Grupo agroindustrial CAMVER



Imagen 5. Fuente FNFP Lote Asociación de productores de papa y cultivos de clima frío del municipio de Sesquilé

De conformidad con los criterios de evaluación establecidos en la invitación, una vez seleccionadas las dos asociaciones del proyecto estas recibirán los siguientes beneficios:

- La prestación de un servicio de Asistencia Técnica Directa por un Extensionista con experiencia en el cultivo de la papa y fertirriego, durante un periodo seis (6) meses.
- Infraestructura de un sistema de fertirriego con cubrimiento de hasta 3 hectáreas continuas en calidad de comodato.
- 120 bultos de semilla certificada.
- Análisis de suelos.

Promoción y divulgación del proyecto:

Vallas Publicitarias

Las parcelas demostrativas son la vitrina del trabajo técnico que se desarrolla con los núcleos, por tal razón se tienen vallas de divulgación para identificar las fincas y los productores que trabajan en el proyecto.



Imagen 6. Modelo valla publicitaria

Cartilla institucional

Se diseñó y publicó una cartilla informativa donde se muestra todos los proyectos y alcances del Fondo Nacional del Fomento de la Papa.

Publicación en periódico

Se va contar con un publisreportaje de una (1) página en el periódico EL AGRO, el cual es de circulación nacional para la edición del mes de agosto. Donde se muestra los objetivos de núcleos progresivos de extensión rural, sus alcances, la población objeto y la distribución de los extensionistas en los departamentos paperos.

MARCO LÓGICO					
NÚCLEOS PROGRESIVOS DE EXTENSIÓN RURAL PARA EL SISTEMA PRODUCTIVO DE PAPA.					
INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA					
PROYECTO					
PROGRAMA					
OBJETIVO GENERAL:	Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los pequeños y medianos productores de papa, mediante la extensión rural y capacitación, para aumentar la productividad y calidad de los cultivos de papa.				
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Brindar el servicio de extensión rural a través de demostración de método, propendiendo por el uso eficiente del agua, aumento de cobertura de extensión rural, uso de las TICs, aumento de la calidad y cantidad de tubérculos cosechados, disminución de costos de producción, esquemas de producción más limpia, fortalecimiento del trabajo de las asociaciones a través de implementación de parcelas de sistemas de fertilización.				
Presupuesto	\$ 1.874.333.684				
ACCIONES	INDICADOR	METAS	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS*	*Eventos que pueden llevar al no cumplimiento de la acción
1.1 Adelantar un proceso de vinculación del recurso humano para la ejecución del proyecto					
Selección y contratación de personal	# de director contratado del proyecto*100/# de director contratado	1	Contratos	Disponibilidad del recurso económico por parte del Fondo Parafiscal, cumplimiento del perfil de los profesionales.	
	# de asistente administrativo contratado*100/# de asistente contratado	1			
	# de profesionales contratados como extensionistas*100/# de extensionistas contratados	23			
	# de profesionales contratados como coordinadores*100/# de coordinadores contratados	2			
1.2 Desarrollar un proceso de capacitación dirigido al recurso humano contratado					
Capacitación al recurso humano	# de curso de capacitación contratado*100/# contratos de capacitación	1	Contrato de capacitación con una entidad académica de educación superior acreditada	Disponibilidad del recurso económico por parte del Fondo Parafiscal, cumplimiento del perfil.	
	# de personas capacitadas*100/# de certificados de capacitación	26	Certificado de participación de los profesionales emitido por la universidad		
1.3 Brindar el servicio de extensión rural a 11140 pequeños y medianos productores de papa de los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Narino, Antioquia, Cauca, Santander, Norte de Santander, Tolima y Distrito Capital.					
Identificación y selección de productores	# de productores con procesos de extensión rural*100/# de actas de compromiso de productores	4140	Actas de compromiso firmadas	Cumplimiento del perfil del beneficiario, disponibilidad de los productores.	
	# de parcelas montadas*100/# de actas de conformación de núcleos	46	Contrato de corresponsabilidad, acta de conformación del núcleo y actas de compromiso		
Montaje de parcelas demostrativas para la extensión rural	# de visitas realizadas a productor líder con parcela demostrativa*100/# de actas de visita líder de núcleo	460	Actas de visita	Disponibilidad de los productores y condiciones climáticas	
	# de visitas realizadas a productores líderes*100/# de actas de visita líder	3220			
Realización de visitas de extensión rural a productores	# de visitas a productores seguidores*100/# de actas de vista seguidor	10350	Listas de capacitación y fotografías		
	# productores capacitados*100/# de productores en listados de capacitación	6900			
Realización de talleres de capacitación y días de campo a productores	# de talleres de capacitación realizados*100/# talleres programados	460	Inscripción en la plataforma	Disponibilidad de los productores, teléfono con sistema operativo android, disponibilidad de datos de internet, calidad de la señal de internet en las zonas	
	# de días de campo realizados*100/# de listados de días de campo	184			
Implementación de piloto de extensión virtual a través de TICs	# de productores vinculados*100/# de productores inscritos en la plataforma	100			

1.4 Implementación, validación y transferencia de tecnología a pequeños y medianos productores sobre un sistema de fertiliriego en los departamentos de Boyacá y Cundinamarca.				
Identificar, seleccionar y vincular Asociaciones de papa.	# de Asociaciones seleccionadas*100/# de contratados de corresponsabilidad	2	Convocatoria, Contrato de corresponsabilidad.	Disponibilidad de los recursos económicos por parte del Fondo Parafiscal, Objeto social de la asociación, cumplimiento del perfil.
Montaje de parcelas demostrativas de fertiliriego	# de parcelas demostrativas de fertiliriego montadas*100/# de actas de entrega de dos sistemas de fertiliriego	2	Fotografías, acta de instalación, acta de entrega del sistema.	Disponibilidad de los recursos económicos por parte del Fondo Parafiscal, disponibilidad del terreno, condiciones climáticas.
Realización de eventos grupales para la transferencia de tecnología	# de giras de agricultores realizadas*100/# giras programadas	6	Listas de capacitación y fotografías	Disponibilidad de los productores y condiciones climáticas
	# Agricultores participantes en las giras*100/# de agricultores en listas de capacitación	720		
Consolidación del documento técnico sobre la viabilidad técnica y económica del modelo propuesto.	# de documentos técnicos*100/# de informes técnicos	1	Informe de cosecha individual y comparando con parcela testigo cosecha.	Condiciones climáticas, fechas de siembra, realización de cosecha.
1.5 Acopiar información sobre variables de interés para alimentar el sistema de información del FNFP				
Recolección y envío de información anual de costos de producción	# de reportes de costos de producción enviados al SI*100/# de actas de costos de producción	23	Costos de producción individual	Disponibilidad de los productores, teléfono con sistema operativo android, disponibilidad de datos de internet, calidad de la señal de internet en las zonas
Recolección y envío de información semanal de precios pagados al productor	# de reportes de precios enviados al SI*100/# registros de precios	1012	Registros de precios semanales en la plataforma	
Recolección y envío de información semestral de área sembrada	# de reportes de áreas enviados al SI*100/# de registros de áreas	46	Registro de áreas semestral en la plataforma	
Actualización y/o inclusión de los beneficiarios del proyecto en el RUAT	# de agricultores con RUAT* 100/# de RUAT entregados	4140	RUAT individual	Beneficiarios inscritos

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PPTO IER SEMESTRE 2017	EJECUCIÓN IER SEMESTRE 2017	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$505.540.545	\$451.134.717	89,24%
NÓMINA	\$472.275.545	\$436.654.551	92,46%
HONORARIOS	\$33.265.000	\$14.480.166	43,53%
GASTOS GENERALES	\$380.939.247	\$284.921.354	74,79%
CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN	\$172.190.000	\$123.691.149	71,83%
MUEBLES, EQUIPO DE OFICINA Y SW	\$83.860.000	\$82.376.901	98,23%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$113.729.247	\$72.875.262	64,08%
CORREO	\$1.800.000	\$842.917	46,83%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$8.760.000	\$4.935.125	56,34%
TRANSPORTE, FLETES Y ACARREOS	\$600.000	\$200.000	33,33%
ESTUDIOS Y PROYECTOS	\$279.620.000	\$155.645.663	55,66%
TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA	\$279.620.000	\$155.645.663	55,66%
TOTAL PRESUPUESTO	\$1.166.099.792	\$891.701.734	76,47%

La ejecución presupuestal general del proyecto fue del 76,47%, presentando bajas ejecuciones en los rubros de honorarios del 43,53%, correo del 46,83%, dado que se cuenta con una mayor experiencia en el manejo y optimización de los recursos, así mismo en materiales y suministros con el 56,34%, por último, transporte, fletes y acarreos del 33,33% ya que no se generaron actividades que requirieran este recurso y transferencia de tecnología del 55,66%, debido a que al desarrollo de la herramienta tecnológica App Mi@gro, se le han realizado varios ajustes técnicos para la implementación de la plataforma.

c. PROGRAMA: COMERCIALIZACIÓN

PROYECTO: PROMOCIÓN AL CONSUMO DE PAPA 2017

DESCRIPCIÓN GENERAL

Desarrollar una campaña que incentive el consumo de papa en Colombia, de acuerdo con la estrategia de mercadeo 2017 – 2021, mostrando nuevos momentos de consumo y los beneficios de la papa.

COBERTURA: Nacional

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una campaña de comunicación que fomente el consumo de papa mostrando nuevos momentos de consumo y los beneficios de la papa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo Específico 1: Contar con la creatividad para el desarrollo del concepto y gráfica de la campaña de consumo 2017 – 2021.

Meta: Contratar 1 agencia que cumpla con los requerimientos para el desarrollo de la campaña creativa.

TABLA 30. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO PRIMER SEMESTRE AÑO 2017

META IER SEMESTRE	EJECUCIÓN A IER SEMESTRE	% DE AVANCE IER SEMESTRE
Una (1) agencia creativa.	Una (1) agencia creativa.	100%

Con el fin de contar con pluralidad de oferentes, se realizó una convocatoria abierta del 3 al 19 de mayo de 2017 por medio de la página web del administrador.

- Se presentaron 7 agencias: Testa, TXT, La Agencia Colombia, Babel, ADE, Moving WEB y Optima, calificando 6 con los requisitos legales.
- El equipo evaluador fue conformado por: La gerencia general FEDEPAPA, un representante del Ministerio de Agricultura, la dirección del FNFP, la dirección de mercadeo de FNFP y la coordinación de comunicaciones de la Federación.
- Del 23 al 24 de mayo los proponentes presentaron estrategias, concepto y propuestas gráficas.
- Se evaluaron los siguientes criterios: Estrategia 20%, creatividad 30%, táctica 20% y precio 30%.
- Como resultado del proceso, Testa fue la agencia elegida.
- Con un presupuesto inicial de \$140.000.000 se alcanzó una eficiencia en el recurso del 14% ya que la propuesta seleccionada fue por un valor de \$120.000.000.
- Se desarrolló la propuesta creativa para la campaña de Consumo 2017.

Concepto campaña:

El mensaje que se entregará en los próximos 5 años es:

“Una papa bien preparada te soluciona...”

Este concepto transmite no solo el tema de preparación en el sentido literal, sino que también busca comunicar el proceso del alimento antes de llegar a su comercialización.

En línea con la estrategia realizada por la agencia Geometry Global en 2016, la comunicación de la campaña debe enmarcar 3 pilares:

1. Las papas son buenas porque: Debemos enseñarles a los consumidores sobre su aporte nutricional más allá de "rico sabor", así como promover nuevos momentos de consumo con preparaciones ágiles y saludables, para eliminar la principal barrera de consumo que es "la papa engorda".

2. Yo apporto al campo: Comunicar que la papa alimenta el futuro socioeconómico de las familias vinculadas y como cada persona aporta al sector consumiendo el alimento.

3. Un mejor sector: Se debe prometer un mejor sector al consumidor.

De acuerdo con esto se presentaron diferentes referencias bajo el mismo concepto con el fin comunicar los pilares estratégicos y contar con referencias para cada target.

Una de las recomendaciones de Geometry global fue la creación de una marca que nos ayude a posicionar el producto, de modo que desarrollamos un sello que comunique los tres principales beneficios.

La papa es saludable, nutritiva y económica y cierre con un refuerzo al pilar número tres **Otro aporte del campo colombiano.**

Contamos con dos referencias de key visual para comunicar por un lado momentos - versatilidad y por otro, variedades de papa – preparaciones. El objetivo de manejar diferentes propuestas es tener la posibilidad de entregar contenido en el marco de nuestra campaña.

Como parte de la estrategia de divulgación de la campaña de comunicación para el incremento al consumo de papa, el FAFP presentará este concepto en el marco de Agroexpo 2017 a medios de comunicación nacionales y principales actores de la cadena.

KEY VISUAL 1 REF. MOMENTOS & VERSATILIDAD



KEY VISUAL 2 REF. VARIEDAD & PREPARACIONES



KEY VISUAL 3 REF. SELLO



Objetivo Específico 2: Contar con los diferentes activos para comunicar los pilares estratégicos del producto que nos ayuden a impactar a todos los segmentos. (Son buenas porque / Yo aporto al Campo / Un Mejor Sector) de 2017 a 2021.

Meta: Contar con 5 referencias de comerciales para televisión, 10 cuñas radiales, 15 menciones.

TABLA 31. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO PRIMER SEMESTRE AÑO 2017

META IER SEMESTRE	EJECUCIÓN A IER SEMESTRE	% DE AVANCE IER SEMESTRE
Desarrollar 5 comerciales para TV.	5 Comerciales para TV.	100%
Desarrollar 10 Cuñas de radio	10 Cuñas de radio	100%
Desarrollar 15 menciones de radio	15 Menciones de radio	100%

REFERENCIAS POR MEDIOS



Ref Uno: Ciclista

Beneficio: Nutrición

Target: Jóvenes / deportistas

Uno de nuestros objetivos es llegar a varios segmentos con diferentes beneficios; la referencia ciclista muestra un consumo de papa como sustituto de los energizantes artificiales, para un público joven con afinidad al deporte.



Imagen 7. Ref: TVC Ciclista / Campaña consumo 2017 / propiedad FNFP

Ref Dos: Ensalada

Beneficio: Libre de grasa y bajas calorías

Target: Mujeres Jóvenes

Una de las principales barreras de consumo es la creencia que la papa engorda; desarrollamos una propuesta referencia ensalada para mostrar una preparación diferente que funciona dentro de una dieta saludable.



Imagen 8. Ref: TVC Ensaladas / Campaña consumo 2017 / propiedad FNFP

Ref Tres: Asado

Beneficio: Versatilidad

Target: Jóvenes

Esta referencia muestra un grupo de jóvenes que incluyen en sus preparaciones la papa como protagonista que no puede faltar en un asado.



Imagen 9. Ref: TVC Asados / Campaña consumo 2017 / propiedad FNFP

Ref Cuatro: Desayuno

Beneficio: Versatilidad

Target: Familia

Uno de los momentos claves en los que buscamos incrementar el consumo es el desayuno; mostrando preparaciones fáciles y diversidad de platos.



Imagen 10. Ref: TVC Desayuno / Campaña consumo 2017 / propiedad FNFP

Ref Cinco: Agricultores

Beneficio: Ganancias

Target: General

Cómo parte de nuestra estrategia de comunicación del tercer pilar un mejor sector, se desarrolló la referencia agricultores, que busca generar un sentido de pertenencia del público hacia todo el sector agrícola.

Esta referencia tiene un cierre diferente para ya que va enfocada a humanizar el sector. Siébrala, abónala y cuidala, otro aporte del campo colombiano.



Imagen 11. Ref: TVC Agricultores / Campaña consumo 2017 / propiedad FNFP

OTROS MEDIOS:

Los formatos de radio nos permitirán para generar frecuencia y alcance, adicional hemos desarrollado textos que van en línea con los canales o la programación, como lo son los partidos de fútbol o carreras ciclísticas.



Radio

Cuñas radiales y menciones

Mención Ref: Fútbol

Falta... falta a este jugador le falta energía, le falta comerse unas papitas bien asadas o al horno, una papa bien preparada te da energía, te soluciona el hambre de gol.

Es saludable, nutritiva y económica. Otro aporte del campo colombiano. FEDEPAPA - Fondo Nacional de Fomento de la Papa

Cuña Ref: Fútbol

Loc: Voz Hombre Joven (ciclista)

Cuando salgo a entrenar

Y me siento sin energía llevo conmigo unas papas al horno,

Me dan energía, alimento económico y natural

Loc INST:

La papa te ayuda a mantener tu energía

Una Papa bien preparada

te soluciona la nutrición.

Es saludable, nutritiva y económica.

Otro aporte del campo colombiano.

Fedepapa

Fondo Nacional de Fomento de la Papa.



Web y Digital Videos con preparaciones fáciles

Uno de los medios principales donde vamos a socializar la campaña de consumo es internet, ya que tiene gran afinidad con el segmento y nos permite generar contenido desde las diferentes redes sociales y multiplicarlo con mayor facilidad.

El objetivo es tener más de 20 recetas de preparaciones con papa.

KEY VISUAL 3 REF. FACEBOOK

The screenshot shows a Facebook post from the page 'Fedepapa Nacional' (@fedepapa). The main content is a promotional graphic with the text 'una papa bien preparada te soluciona el día' and a photo of a potato dish. Below the graphic are several data charts and graphs under the heading 'FOTOS'. The post also includes a location map and contact information for Fedepapa Nacional in Bogotá.

KEY VISUAL 4 REF. TWITTER



Objetivo Específico 3: Contar con una central de medios para el desarrollo del mix de la campaña de consumo (2017- 2021).

Meta: Contar con una central que desarrolle el mix de medios para la campaña 2017.

TABLA 32. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO PRIMER SEMESTRE AÑO 2017

META IER SEMESTRE	EJECUCIÓN A IER SEMESTRE	% DE AVANCE IER SEMESTRE
Una (1) central medios.	Una (1) central medios.	100%

- Se realizó una convocatoria abierta del 9 al 30 de junio de 2017.
- Se presentaron 8 proponentes: Quiroga (Unión temporal entre Quiroga y JWT), TXT, Acomedios, Caracol, Century, CPM, Optima y Universal Mccann, calificando 7 con los requisitos legales.
- El equipo evaluador fue conformado por la dirección del FNFP, la dirección de mercadeo de FNFP y el auditor del fondo.
- Se evaluaron los siguientes criterios (Estrategia 20%, propuesta de mix de medios 30%, optimización de presupuesto y valor de la oferta 30%).
- Como resultado del proceso, Caracol fue la elegida gracias a su propuesta de optimización del presupuesto.

- Con un presupuesto inicial de \$ 738.460.500 logramos tener un valor agregado alrededor de \$ 1.000.000.000 de pesos en pauta gracias a la estrategia de medios.

Estrategia de Pauta.

Como parte de la estrategia se decide distribuir la pauta en el canal Caracol, ya que es el canal con el 68,6 % de alcance en el país y esta alianza nos permite tener mayor optimización en el recurso.

Con un alcance en nuestro grupo objetivo de 86%.

TABLA 33. MIX DE MEDIOS DE INVERSIÓN AÑO 2017

	Medio	Valor Neto	Valor con IVA
Televisión	Caracol TV	414.266.342	492.976.947
Radio	Blu Radio/ La Kalle/ Olímpica St/	81.173.582	96.596.563
Revistas	Cromos	14.631.100	17.411.009
Prensa	El Espectador	12.817.700	15.253.063
Cine	Cine Colombia	10.583.067	12.593.849
Digital	Caracol Digital	81.083.251	96.489.069
Formatos especiales en partidos	Superimposiciones	6.000.000	7.140.000
Total Estrategia de Comunicación		620.555.042	738.460.500

INFOGRAFÍA 1. ALCANCE DE REDES SOCIALES



Objetivo Específico 4: Establecer una línea base del consumo actual de papa per cápita, que permita la medición del impacto de la campaña a implementar a 5 años.

Meta: Contratar un estudio de consumo per cápita de papa.

TABLA 34. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO PRIMER SEMESTRE AÑO 2017

META IER SEMESTRE	EJECUCIÓN A IER SEMESTRE	% DE AVANCE IER SEMESTRE
Un (1) Estudio consumo per cápita de papa.	Un (1) Estudio de consumo.	100%

ESTUDIO NIELSEN - CONSUMO PER CÁPITA DE PAPA

Con el fin de establecer la línea base de consumo de papa en hogares colombianos, se contrató con la firma Nielsen una investigación de mercado, el estudio contempla:

información demográfica, penetración, lugar de compra, compra limpia o sucia, variedades compradas, volumen de consumo, ¿Quién consume? ocasión y momentos de consumo.

- Metodología: Diario de campo diligenciado por los 4.200 hogares Nielsen con proyección a 4.200.000 hogares. Se construye un flujo de investigación donde se identificarán las principales características durante mayo y agosto, para entender si en este último - ante una sobreoferta de papa - se evidencia un incremento en el consumo.
- Se visitaron tiendas tradicionales en el mes de mayo, para entender la percepción de venta en dos períodos de tiempo (mayo y agosto) y determinar si se ve afectada la venta cuando hay una mayor oferta.

FICHA TÉCNICA NIELSEN - CONSUMO PER CÁPITA DE PAPA



RESULTADOS:

Con corte a la fecha de este informe no se han entregado los resultados totales ya que la firma Nielsen se encuentra en el trabajo de campo.

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PPTO IER SEMESTRE 2017	EJECUCIÓN IER SEMESTRE 2017	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$23.890.000	\$17.551.434	73,47%
NÓMINA	\$23.890.000	\$17.551.434	73,47%
GASTOS GENERALES	\$26.860.000	\$13.174.022	49,05%
MUEBLES, EQUIPO DE OFICINA Y SW	\$22.400.000	\$12.713.182	56,76%
VIÁTICOS Y GASTOS DE VIAJE	\$3.900.000	\$0	0,00%
CAPACITACIÓN Y DIVULGACIÓN	\$160.000	\$160.000	100,00%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$400.000	\$300.840	75,21%
ESTUDIOS Y PROYECTOS	\$600.937.333	\$324.011.620	53,92%
ATL	\$433.333.333	\$318.033.620	73,39%
BTL	\$119.604.000	\$1.478.000	1,24%
DIGITAL	\$48.000.000	\$4.500.000	9,38%
TOTAL PRESUPUESTO	\$651.687.333	\$354.737.076	54,43%

La ejecución porcentual del proyecto fue del 54.43%, presentando unas bajas ejecuciones en los rubros de: muebles y equipo de oficina del 56,76% se contó con una excelente oferta por parte del proveedor lo que nos permitió tener una optimización en los recursos, BTL del 1,24%, ya que no se contaba con los activos suficientes para el desarrollo de la campaña, el proceso de levantamiento de material (fotos, material para televisión, radio, etc.) tuvo que iniciarse de cero, lo cual hace que el proceso más complejo para los productores; DIGITAL con el 9,33%, debido a que el desarrollo de las plataformas digitales se contrató en el mes de Junio, ya que era necesario tener una propuesta creativa aprobada para proceder; viáticos y gastos de viaje del 0%, debido a un cambio en la dirección de mercadeo por tal motivo el cronograma inicial fue modificado.

MARCO LÓGICO		PROMOCIÓN AL CONSUMO DE PAPA 2017		fedepapa	
PROYECTO	PROGRAMA	COMERCIALIZACIÓN		FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS* *Eventos que pueden llevar al no cumplimiento de la acción
OBJETIVO GENERAL:	Desarrollar una campaña de comunicación que fomente el consumo de papa mostrando nuevos momentos de consumo y los beneficios de la papa.				
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Desarrollar una campaña que incentive el consumo de papa en Colombia, de acuerdo con la estrategia de mercadeo 2017 – 2021, mostrando nuevos momentos de consumo y los beneficios de la papa				
VALOR PROYECTO:	\$ 1.706.812.000				
ACCIONES	INDICADOR ECONÓMICO	METAS	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS*	*Eventos que pueden llevar al no cumplimiento de la acción
1. CONTAR CON LA CREATIVIDAD PARA EL DESARROLLO DEL CONCEPTO Y GRÁFICA DE LA CAMPAÑA DE CONSUMO (2017- 2021).					
Hacer una convocatoria abierta de agencias creativas con el fin de contar con pluralidad de oferentes.	Nº Agencias creativas a contratar / Nº Agencias creativas Contratadas * 100	Contratar 1 agencias que cumpla con los requerimientos para el desarrollo de la campaña creativa.	Informe de campaña. (tool kit)	Pluralidad de oferentes para contar con una buena campaña.	
2. CONTAR CON LOS DIFERENTES ACTIVOS PARA COMUNICAR LOS PILARES ESTRATÉGICOS DEL PRODUCTO QUE NOS AYUDEN A IMPACTAR A TODOS LOS SEGMENTOS. (SON BUENAS PORQUE / YO APORTO AL CAMPO / UN MEJOR SECTOR) DE 2017 A 2021.					
Desarrollar diferentes historias de acuerdo a los diferentes momentos de consumo de cada target.	Nº de piezas propuestas / Nº de piezas producidas * 100	Contar con 5 referencias de comerciales para televisión, 10 cuñas radiales, 15 menciones.	Real cumplimiento de pauta televisión, radio y prensa.	Contar con la información. Contar con la agencia creativa. Contar con los recursos.	
3. CONTAR CON UNA CENTRAL DE MEDIOS PARA EL DESARROLLO DEL MIX DE LA CAMPAÑA DE CONSUMO (2017- 2021).					
Hacer una convocatoria abierta para la propuesta de mix de medios de la campaña 2017.	Nº de centrales a contratar / Nº de centrales contratadas * 100	Contar con un mix de medios para la campaña 2017.	Flow de medios	Contar con la información. Contar con la agencia creativa. Contar con los recursos.	
4. ESTABLECER UNA LÍNEA BASE DEL CONSUMO ACTUAL DE PAPA PER CÁPITA, QUE PERMITA LA MEDICIÓN DEL IMPACTO DE LA CAMPAÑA A IMPLEMENTAR A 5 AÑOS.					
Desarrollar un estudio de consumo de papa per capita proyección a 4.200.000 hogares en Colombia.	Nº de propuestas de stand / Nº stand producidos + 100	Contratar un estudio de consumo per cápita de papa.	Informe y resultados de la investigación	Contar con la información. Contar con la agencia creativa. Contar con los recursos.	

PROYECTO: PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DEL FNFP A TRAVÉS DE AGROEXPO

DESCRIPCIÓN GENERAL

Agroexpo es la vitrina comercial, que viene realizándose bienalmente en Colombia. Este evento impulsa la industria agropecuaria del país hacia el mundo, logrando reunir la más completa muestra comercial, nacional e internacional.

Agroexpo se realizará del 13 al 23 de Julio de 2017, se espera la asistencia de más de 20.000 visitantes.

COBERTURA: Nacional

OBJETIVO GENERAL

Divulgar la labor y acciones del FNFP a través de la participación en Agroexpo2017.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo Específico 1: Generar una propuesta integral con espacios de socialización en los cuales se dé a conocer la información sobre el FNFP y la realidad nacional del subsector.

Meta: Contratar una propuesta integral para el concepto de la participación en Agroexpo 2017.

- Se realizó una invitación desde 19 de abril hasta el 15 de mayo de 2017 para presentar propuesta de concepto y stand para la participación FEDEPAPA en Agroexpo 2017.
- Se presentaron 9 agencias: La agencia Colombia, BHR, Colectivo, Dinamik, Geometry Global, TXT, Nova, PYA Producciones y Prime.

- Se realizó el proceso de selección de acuerdo con los requerimientos establecidos en los términos de referencia. Actividades novedosas, fácil implementación y propuesta económica.
- Se seleccionó la Agencia Colombia que cumplía los objetivos en términos de visibilidad, impacto y eficiencia en el presupuesto.

TABLA 35. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO PRIMER SEMESTRE AÑO 2017

META I SEMESTRE	EJECUCIÓN A I SEMESTRE 2017	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO
Un (1) Propuesta de stand.	Un (1) stand.	100%

GRÁFICO 4. VISTA GENERAL DEL STAND



Ref: Agroexpo 2017 / stand vista general / propiedad FNFP

Objetivo Específico 2: Fortalecer las relaciones comerciales mediante procesos de intercambio y socialización de conocimientos

Meta: Desarrollar una propuesta integral con diferentes espacios que nos permitan socializar las diferentes actividades del Fondo.

TABLA 36. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO PRIMER SEMESTRE AÑO 2017

META IER SEMESTRE	EJECUCIÓN A IER SEMESTRE	% DE AVANCE IER SEMESTRE
Un (1) Propuesta de stand con 8 módulos.	Un (1) stand.	100%

Contamos con un área de 72 metros donde se mostrará en cada uno de los módulos una parte del proceso de la papa, desde la producción hasta su comercialización y consumo, en cada uno de estos mostraremos información relevante del sector, de manera didáctica que facilitará la interacción con los visitantes.

1. **Punto de registro:** En este espacio los asistentes registraran sus datos para evaluar al final del recorrido las actividades, esto nos permitirá medir el impacto del stand y número de visitantes.

Los visitantes que evalúen todas las actividades podrán participar por una cena con el Chef de FNFP, la idea del concurso es motivar a los participantes a completar el recorrido.

2. **Promoción al consumo:** Es la zona para un show gastronómico que nos permitirá enseñar la versatilidad gastronómica de la papa.

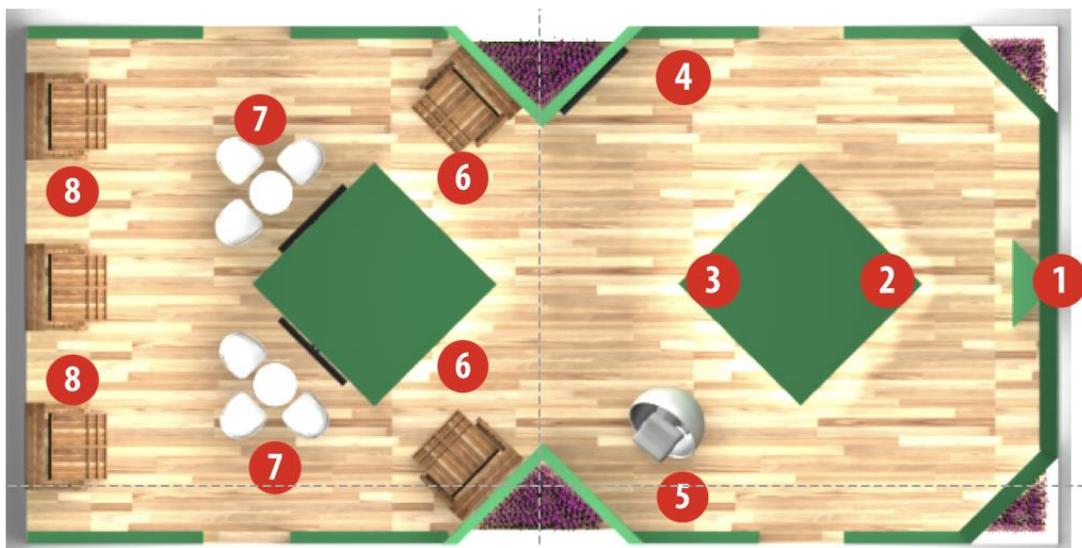
El chef Nicolás Mosquera será el encargado de 2 shows gastronómicos diarios (uno en la mañana y otro en la tarde), enseñando a los asistentes a preparar diferentes recetas para mostrar la versatilidad de la papa.

Se entregarán 300 muestras gastronómicas diarias, para un total de 3.300 muestras al finalizar la feria.

En los shows gastronómicos se enseñará al público a preparar las siguientes recetas: causa limeña, bocaditos de puré de criolla, cheese cake de papa criolla, quesadillas de papa y crema de puerro y papa entre otros.

1. **Información técnica:** Este es punto los agrónomos socializarán información relevante generada en los proyectos de asistencia técnica del FNFP.
2. **Video multimedia:** Es un juego donde los visitantes podrán interactuar y aprender con el proceso de cultivar papa, de forma didáctica y divertida.
3. **Experiencia virtual:** Este video en tercera dimensión permite a los asistentes conocer todo el proceso de la siembra de papa hasta la comercialización.
4. **Semillas:** En este espacio los asistentes tendrán acceso a la información de semillas certificadas.
5. **Gestión institucional y gremial:** En este punto los asistentes tendrán acceso a la información del Fondo y del administrador.
6. **Feria de derivados de la papa:** Vitrina de apoyo a las asociaciones para exhibir sus diferentes productos.

GRÁFICO 5. VISTA GENERAL DEL STAND.



Ref: Agroexpo 2017 / stand vista general / propiedad FNFP

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

ÍTEM	PPTO IER SEMESTRE 2017	EJECUCIÓN IER SEMESTRE 2017	% EJECUCIÓN
SERVICIOS PERSONALES	\$3.000.000	\$0	0,00%
HONORARIOS	\$3.000.000	\$0	0,00%
GASTOS GENERALES	\$153.979.810	\$84.214.382	54,69%
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$90.241.508	\$47.228.125	52,34%
CAPACITACIÓN Y DIVULGACION	\$61.834.302	\$36.986.257	59,82%
TRANSPORTE, FLETE Y ACARREO	\$1.904.000	\$0	0,00%
TOTAL PRESUPUESTO	\$156.979.810	\$84.214.382	53,65%

Con una ejecución porcentual de 53,65% principalmente a que el desarrollo del proyecto, montaje y ejecución sería en su totalidad el mes de Julio, ya que la feria va del 13 al 23 de julio.

MARCO LÓGICO		 		
PROYECTO	PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DEL FNFP A TRAVÉS DE AGROEXPO			
PROGRAMA	COMERCIALIZACIÓN			
OBJETIVO GENERAL:	Divulgar la labor y acciones del FNFP a través de la participación en Agroexpo2017.			
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Agroexpo es la vitrina comercial, que viene realizándose bianualmente en Colombia. Este evento impulsa la industria agropecuaria del país hacia el mundo, logrando reunir la más completa muestra comercial, nacional e internacional. Agroexpo se realizará del 13 al 23 de Julio de 2017, se espera la asistencia de más de 20.000 visitantes.			
VALOR PROYECTO:	\$ 156.979.810			
ACCIONES	INDICADOR ECONÓMICO	METAS	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS* *Eventos que pueden llevar al no cumplimiento de la acción
1. GENERAR UNA PROPUESTA INTEGRAL CON ESPACIOS DE SOCIALIZACIÓN EN LOS CUALES SE DÉ A CONOCER LA INFORMACIÓN SOBRE EL FNFP Y LA REALIDAD NACIONAL DEL SUBSECTOR.				
Hacer una convocatoria abierta de agencias con el fin de contar con diversidad de propuestas.	Nº propuestas presentadas / Nº propuestas a contratar * 100	Contratar una propuesta integral para el concepto de la participación en Agroexpo 2017.	Informe final del evento y bases de datos de los asistentes	Diversidad de oferentes para contar con una buena campaña.
2. FORTALECER LAS RELACIONES COMERCIALES MEDIANTE PROCESOS DE INTERCAMBIO Y SOCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS				
Desarrollar espacios para general contenido.	Nº de propuestas de stand / Nº stand producidos * 100	Desarrollar una propuesta integral con diferentes espacios que nos permitan socializar las diferentes actividades del Fondo.	Informe final del evento y bases de datos de los asistentes	Diversidad de porpuestas.

9. SISTEMAS - CUMPLIMIENTO NORMAS DERECHO DE AUTOR

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

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

10. CONTRATACIONES Y SEGUROS

Con corte a 30 de junio de 2017, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa ha celebrado los siguientes contratos:

No.	OBJETO	VALOR DEL CONTRATO	CONTRATISTA	FECHA INICIO	FECHA TERMINACIÓN	% AVANCE
66	Prestación de Servicios Profesionales de Auditoría Interna de Acuerdo el Decreto 2025 de 1996 para El Fondo Nacional de Fomento de la Papa	\$24.901.333	Sociedad Logística Contable Y Administrativa S.A.S – Logiscont – S.A.S	2016/06/27	2017/03/31	100%
75	La agencia prestará sus servicios al fondo para la formulación de un plan estratégico de mercadeo para el programa nacional de promoción al consumo de papa.	\$74.998.640	Geometry Global SAS	2016/11/01	2017/01/31	100%
001	Realizar asesorías y apoyo en la implementación del proyecto denominado "núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa."	\$22.920.000	Héctor José Villareal Márquez	2017/01/03	2017/03/31	100%
002	Realizar el proceso de selección de 25 ingenieros agrónomos para el proyecto denominado "núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo de papa."	\$4.000.000	Silvia Florencia Pachón	2017/01/03	2017/02/10	100%
004	Prestar el servicio de análisis de suelos, para lo cual realizara 48 estudios de suelo sobre las muestras entregadas por el fondo nacional de fomento de la papa de acuerdo con la propuesta presentada por el contratista.	\$5.520.000	Agrilab Laboratorios SAS	2017/03/15	2017/04/28	100%
001	Prestar el servicio de hospedaje y alimentación.	\$28.276.800	Sonia Patricia Limas Amaya	2017/01/22	2017/02/11	100%
001	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Segundo Fidel Salazar González	2017/03/01	2017/12/21	41%
002	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para	\$729.000	Héctor Julián Castellanos	2017/03/01	2017/12/21	41%

	que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.		Amórtegui			
003	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Daniel Humberto González Díaz	2017/03/01	2017/12/21	41%
004	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Pablo Miguel Cuta Lozano	2017/03/01	2017/06/12	100%
005	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Roger Camilo Niño Medina	2017/03/01	2017/12/21	41%
006	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Carlos Alberto Rosero Delgado	2017/03/01	2017/12/21	41%
007	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Jaime Darío Pérez Soler	2017/03/01	2017/12/21	41%
008	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Arlex Enrique Valencia Londoño	2017/03/01	2017/12/21	41%

009	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Alexandra Lara Baena	2017/03/01	2017/12/21	41%
010	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Carlos German Chamorro Cadenas	2017/03/01	2017/12/21	41%
011	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Lady Cristina Rosero Constain	2017/03/01	2017/12/21	41%
012	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Miguel Bayardo Álvarez Téllez	2017/03/01	2017/12/21	41%
013	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Julia Yícela Tibana Silva	2017/03/01	2017/12/21	41%
014	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Sandra Milena Reyes Rodríguez	2017/03/01	2017/12/21	41%
015	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector	\$729.000	Fredy Orlando Marentes Bello	2017/03/01	2017/12/21	41%

	productivo papa.					
016	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Nubia Yaneth Rojas Gómez	2017/03/01	2017/12/21	41%
017	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Jeisson Alcides Naizaque Pinilla	2017/03/01	2017/05/19	100%
018	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Bernardo Antonio Dotor Casallas	2017/03/01	2017/12/21	41%
019	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Leidy Yiseth García Orjuela	2017/03/01	2017/12/21	41%
020	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Leidy Lorena Ríos Rojas	2017/03/01	2017/12/21	41%
021	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Zulma Yaneth García Martínez	2017/03/01	2017/12/21	41%
022	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar	\$729.000	Edwin Javier Quintana Rincón	2017/03/01	2017/12/21	41%

	los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.					
023	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Yuliana Paola Rincón Acero	2017/03/01	2017/12/21	41%
024	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Mauricio Orlando Sarchi Pinchao	2017/03/01	2017/12/21	41%
025	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Ángel David Velasco Salcedo	2017/03/01	2017/12/21	41%
026	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Yamith Ernesto Burgos Ávila	2017/03/01	2017/04/12	100%
027	El comodante entrega al comodatario, gratuitamente, GPS marca gamín etrex, para que lo utilice exclusivamente para desarrollar los objetivos del proyecto de núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$729.000	Zulma Alejandra Puentes Castro	2017/06/07	2017/12/21	12%
027	Anuar esfuerzos de índole administrativos, logísticos, técnicos, operativos y financieros para llevar a cabo la acción de formación a través de la capacitación en innovación y desarrollo del sistema productivo de la papa	\$60.000.000	Centro Regional De Gestión Para La Productividad Y La Innovación De Boyacá	2017/01/23	2017/02/23	100%
028	Compra de 240 bultos de semilla suprema calidad básica con el registro de inscripción	\$15.480.000	Fedepapa	2017/02/23	2017/03/02	100%

	del lote ante el ICA y 80 bultos de semilla criolla Colombia calidad certificada con su respectivo formato dentro de las normas de inspección ICA.					
029	Compra de 420 bultos de semilla Diacol Capiro calidad certificada con su respectivo formato dentro de las normas de inspección ICA	\$25.200.000	Plantar De Colombia	2017/03/16	2017/05/31	100%
030	Prestación de Servicios Profesionales de Auditoria Interna de Acuerdo el Decreto 2025 de 1996 para El Fondo Nacional de Fomento de la Papa	\$38.211.705	Sociedad Logística Contable Y Administrativa S.A.S – Logiscont – S.A.S	2017/04/04	2017/12/31	32%
031	Prestará sus servicios con el fin de desarrollar una medición sobre hábitos de consumo de papa fresca y congelada en los hogares de Colombia, mediante un estudio bajo la metodología homescan de Nielsen.	\$92.612.821	Ac Nielsen De Colombia Ltda.	2017/05/02	2017/09/30	39%
032	Prestar el servicio de asesoramiento y fundamentación en mercadeo a las asociaciones del proyecto, a través de fortalecimiento en imagen y marca, mediante la aplicación de la metodología que disponga el director del proyecto "grupos asociativos en el sistema productivo de papa para fortalecimiento empresarial".	\$25.440.000	Beatriz Hincapié	2017/05/31	2017/12/31	14%
033	Prestar el servicio de asesoramiento y fundamentación en mercadeo a las asociaciones del proyecto, a través de fortalecimiento en imagen y marca, mediante la aplicación de la metodología que disponga el director del proyecto "grupos asociativos en el sistema productivo de papa para fortalecimiento empresarial".	\$59.360.000	Cesar Augusto Rodríguez	2017/05/11	2017/12/31	21%
034	Diseñar e instalar dos sistemas de riego por goteo en un cultivo de papa en dos parcelas de tres (3) hectáreas cada una.	\$54.000.000	Netafin	2017/06/29	2017/12/29	1%
035	Prestar los servicios con el fin de desarrollar la campaña para incrementar el consumo de papa de acuerdo con la estrategia 2017-2021	\$120.000.000	Ut Testa 2017	2017/06/09	2017/09/09	23%

036	Prestar los servicios profesionales como interventora financiera y contable sobre los recursos asignados al proyecto - núcleos progresivos de extensión rural para el sector productivo papa.	\$7.402.500	Jenny Cristina Méndez Velásquez	2017/06/01	2017/12/31	14%
037	Asesorar la ejecución de la campaña para el fomento y consumo de la papa, prestando servicios profesionales en el área de gastronomía.	\$6.000.000	Nicolás Mosquera Acosta	2017/06/20	2017/08/20	17%
038	Desarrollo e implementación del concepto para la Participación en Agroexpo 2017.	\$94.456.250	La Agencia Colombia SAS	2017/06/21	2017/08/30	13%
039	Prestar sus servicios con el fin de desarrollar la preproducción, producción y postproducción de comerciales.	\$469.760.830	Demente SAS	2017/06/28	2017/09/28	2%
040	Prestar sus servicios con el fin de diseñar y desarrollar el site para la campaña de promoción al consumo en el marco de la página institucional de Fedepapa-fondo.	\$9.000.000	Marketing Into Action SAS	2017/06/30	2017/09/30	0%

11. ACTIVOS

Con corte a 30 de junio de 2017, el Fondo Nacional de Fomento de la Papa ha adquirido los siguientes activos:

Cifras en pesos

DENOMINACIÓN ACTIVO FIJO	CANTIDAD ACTIVOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ARCGIS FOR DESKTOP BASIC SINGL	1	\$6.760.053	\$6.760.053
ARCHIVO RODANTE TRIPLE MECANIC	1	\$7.711.200	\$7.711.200
COMPUTADOR PORTÁTIL 13 INCH MA	1	\$7.811.582	\$7.811.582
ESCRITORIO EJECUTIVO MICRO	3	\$891.072	\$2.673.216
GPS GARMIN ETREX 20X SERIAL 47	27	\$729.000	\$19.683.000
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL INYEC	1	\$700.778	\$700.778
LICENCIA ADOBE - VIP COMERCIAL	1	\$2.758.268	\$2.758.268
LICENCIA MICROSOFT OFFICE 365	1	\$394.283	\$394.283
OFFICE 365 PLAN BUSINESS ANUAL	5	\$293.748	\$1.468.739
OFFICE 365 PLAN BUSINESS SUSCR	2	\$256.524	\$513.048
OFFICE HOME AND BUSINNESS 2016	1	\$734.504	\$734.504
PO 25914 STATA IC VER 14 LICEN	1	\$5.264.749	\$5.264.749
PORTÁTIL ASUS X 456U, COREI7, 1	1	\$2.990.000	\$2.990.000
PUESTO DE TRABAJO MEDIDAS 1.20	2	\$428.400	\$856.800
SILLA SUIZA SILLA ERGONÓMICA	2	\$258.944	\$517.888
SILLA YACARTA SILLA ERGONÓMICA	2	\$365.841	\$731.681
SILLA YARCA SILLA ERGONÓMICA	1	\$347.325	\$347.325
SISTEMA DE RIEGO POR GOTE0	2	\$27.000.000	\$54.000.000
TENSIÓMETRO DE 12" (30CMS)	1	\$774.000	\$774.000
TODO EN UNO LENOVO 510 22ASR S	1	\$1.750.000	\$1.750.000
TODO EN UNO LENOVO 510-22 SERI	1	\$1.750.000	\$1.750.000
TODO EN UNO LENOVO AIO -510-22	1	\$1.500.000	\$1.500.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$121.691.114

12. REUNIONES JUNTA DIRECTIVA

Durante lo corrido del primer semestre se llevaron a cabo tres reuniones de Junta Directiva del Fondo Nacional de Fomento de la Papa, mediante Actas No. 12 del 24 de enero de 2017, No. 13 del 28 de febrero de 2017 y No 14 del 04 de abril de 2017 dando cumplimiento así con lo normado. En estas actas quedan consagrado los temas tratados en cada una de las reuniones, tales como, aprobaciones y compromisos adquiridos por el administrador del fondo. Las actas No. 12 y No 13 se realizaron de carácter extraordinario.

13. ENTIDADES DE CONTROL

CONTADURÍA GENERAL DE LA NACIÓN - CHIP

El informe de presupuestal con periodicidad trimestral presentado a través del aplicativo CHIP, en el mes de abril se presentó el reporte de la información comprendida entre enero y marzo de 2017.

El informe de economía y finanzas – personal y costos con periodicidad anual presentado a través del aplicativo CHIP, en el mes de marzo se presentó el reporte de la información comprendida entre enero y diciembre de 2016.

El informe de contable con periodicidad trimestral presentado a través del aplicativo CHIP, en el mes de abril se presentó el reporte de la información comprendida entre enero y marzo de 2017.

CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

El informe de gestión contractual con periodicidad trimestral presentado a través del aplicativo SIRECI, en el mes de abril se presentó el reporte de la información comprendida entre enero y marzo de 2017.

El informe de cuenta o informe anual consolidado con periodicidad anual presentado a través del aplicativo SIRECI, en el mes de abril se presentó el reporte de la información comprendida entre enero y diciembre de 2016.

14. ESTADOS FINANCIEROS

El Fondo Nacional de Fomento de la Papa dando cumplimiento a la regulación contable pública de Convergencia con Estándares Internacionales de Información Financiera, está realizando las consultas pertinentes con los asesores y expertos para realizar la implementación de la normatividad.

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

FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA - FAFP
BALANCE GENERAL A 30 DE JUNIO DE 2017 VS 30 DE JUNIO DE 2016
 (en pesos)

ACTIVO	NOTA	JUNIO 30/2017	JUNIO 30/2016	VARIAC. ABSOLUTA	VARIACION %
EFFECTIVO	3	1.707.447.025	2.488.740.664	(781.293.639)	-31,39%
BANCOS Y CORPORACIONES FINANCIERAS		1.707.447.025	2.488.740.664	(781.293.639)	-31,39%
INVERSIONES	4	1.300.000.000	-	1.300.000.000	100%
CERTIFICADOS DE DEPOSITO A TERMINO		1.300.000.000	-	1.300.000.000	100%
DEUDORES	5	740.360	485.157	255.203	52,60%
AVANCES Y ANTICIPOS ENTREGADOS		376.900	485.157	(108.257)	-22,31%
OTROS DEUDORES		363.460	-	363.460	100%
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	6	128.358.870	33.365.262	94.993.608	284,71%
MUEBLES, ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA		26.763.504	13.925.394	12.838.110	92,19%
EQUIPO DE COMUNICACION Y COMPUTACION		115.085.920	24.126.560	90.959.360	377,01%
DEPRECIACION ACUMULADA		(13.490.554)	(4.686.692)	(8.803.862)	187,85%
OTROS ACTIVOS	7	17.287.124	3.838.381	13.448.743	350,38%
INTANGIBLES		22.525.033	4.631.389	17.893.644	386,36%
AMORTIZACION ACUMULADA DE INTANGIBLES		(5.237.909)	(793.008)	(4.444.901)	560,51%
TOTAL PARA EL ACTIVO		3.153.833.379	2.526.429.464	627.403.915	24,83%
PASIVO					
CUENTAS POR PAGAR	8	333.491.210	177.320.883	156.170.327	88,07%
ADQUISICION DE BIENES Y SERVICIOS NACIONALES		253.969.988	165.848.922	88.121.066	53,13%
ACREEDORES		29.621.700	8.338.000	21.283.700	255,26%
RETENCION EN LA FUENTE E IMPUESTOS		46.563.917	1.710.394	44.853.523	2622,41%
RETENCION DE IMPUESTO ICA POR PAGAR		3.335.605	1.423.567	1.912.038	134,31%
OBLIGACIONES LABORALES	9	51.062.803	16.269.385	34.793.418	213,86%
SALARIOS Y PRESTACIONES SOCIALES		51.062.803	16.269.385	34.793.418	213,86%
OTROS PASIVOS	10	12.134.077	-	12.134.077	100%
RECAUDOS A FAVOR DE TERCEROS		12.134.077	-	12.134.077	100%
TOTAL PARA EL PASIVO		396.688.090	193.590.268	203.097.822	104,91%
PATRIMONIO					
PATRIMONIO INSTITUCIONAL					
RESULTADOS DE EJER.ANTERIORES		2.907.709.976	1.387.644.952	1.520.065.024	109,54%
EXCEDENTES		(150.564.687)	945.194.244	(1.095.758.931)	-115,93%
TOTAL PATRIMONIO		2.757.145.289	2.332.839.196	424.306.093	18,19%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		3.153.833.379	2.526.429.464	627.403.915	24,83%

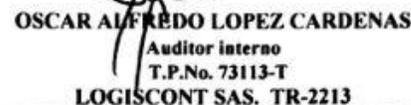


GERMAN PACHECO CARDENAS
Representante Legal

Fondo Nacional de Fomento de la Papa

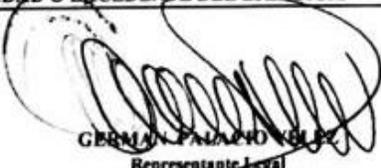


LUZ MARIA RINCÓN CALVO
Contador Público
T.P. No. 40539-T



OSCAR ALFREDO LOPEZ CARDENAS
Auditor interno
T.P.No. 73113-T
LOGISCONT SAS. TR-2213

 FONDO NACIONAL DE FOMENTO DE LA PAPA - FNNP ESTADO DE ACTIVIDAD FINANCIERA, ECONÓMICA Y SOCIAL A 30 DE JUNIO DE 2017 VS 30 DE JUNIO DE 2016 (en pesos)					
	NOTA	JUNIO 30/2017	JUNIO 30/2016	VARIAC. ABSOLUTA	VARIACION %
INGRESOS		1.584.492.477	2.124.843.943	(540.351.466)	-25,43%
INGRESOS FISCALES	11	1.479.256.317	2.120.513.081	(641.256.764)	-30,24%
CUOTA DE FOMENTO		1.478.009.408	2.119.708.148	(641.698.740)	-30,27%
CUOTA FOMENTO VIGENCIAS ANTERIORES		1.246.909	804.933	441.976	54,91%
OTROS INGRESOS	12	105.236.160	4.330.862	100.905.298	2329,91%
FINANCIEROS		99.628.478	4.325.109	95.303.369	2203,49%
EXTRAORDINARIOS		5.607.682	5.753	5.601.929	97374,05%
GASTOS	13	1.735.057.164	1.179.649.699	555.407.465	47,08%
ADMINISTRACION		885.534.304	762.562.462	122.971.842	16,13%
SUELDOS Y SALARIOS		520.226.674	426.160.047	94.066.627	22,07%
HONORARIOS		61.011.521	297.206.451	(236.194.930)	-79,47%
CAPACITACION Y DIVULGACION		175.154.098	4.554.724	170.599.374	3745,55%
CONTRIBUCIONES IMPUTADAS		-	925.004	(925.004)	-100,00%
CONTRIBUCIONES EFECTIVAS		108.069.211	28.246.736	79.822.475	282,59%
APORTES SOBRE NOMINAS		21.072.800	5.469.500	15.603.300	285,28%
GENERALES		831.557.638	408.885.051	422.672.587	103,37%
ESTUDIOS Y PROYECTOS		479.657.283	55.950.025	423.707.258	757,30%
MATERIALES Y SUMINISTROS		79.153.585	47.015.659	32.137.926	68,36%
SERVICIOS PUBLICOS		3.984.660	3.768.000	216.660	5,75%
ARRENDAMIENTOS		8.248.500	7.800.000	448.500	5,75%
VIATICOS Y GASTOS DE VIAJE		99.200.275	59.342.928	39.857.347	67,16%
COMUNICACIONES Y TRANSPORTE		3.212.305	7.092.500	(3.880.195)	-54,71%
JUNTA DIRECTIVA		8.347.203	10.392.710	(2.045.507)	-19,68%
CONTRATOS DE ADMINISTRACION		147.925.632	212.051.309	(64.125.677)	-30,24%
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA		1.828.195	1.693.800	134.395	7,93%
COMPRA DE BASES DE DATOS		-	3.778.120	(3.778.120)	-100,00%
IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y TASAS		7.272.570	3.700.602	3.571.968	96,52%
CUOTA DE FISCALIZACION Y AUDITAJE		98.500	-	98.500	100%
GRAVAMEN A LOS MOVIMIENTOS FINANCIEROS		7.174.070	3.700.602	3.473.468	93,86%
PROVISIONES, AGOTAMIENTO, DEPRECIACIONES		6.301.456	3.132.268	3.169.188	101,18%
DEPRECIACION DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		5.694.936	2.747.578	2.947.358	107,27%
AMORTIZACION DE INTANGIBLES		606.520	384.690	221.830	57,66%
OTROS GASTOS		4.391.196	1.369.316	3.021.880	220,69%
COMISIONES Y OTROS GASTOS BANCARIOS		4.372.345	1.369.111	3.003.234	219,36%
EXTRAORDINARIOS		18.851	205	18.646	9095,61%
UTILIDAD O EXCEDENTE DEL EJERCICIO		(150.564.687)	945.194.244	(1.095.758.931)	-115,93%


GERMAN PALACIO VELAZQUEZ
 Representante Legal
 Fondo Nacional de Fomento de la Papa


LUZ MARIA RINCÓN CALVO
 Contador Público
 T.F. 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

30 DE JUNIO DE 2017

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 30 de junio de 2017, 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 2017, 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.

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.

**NOTA 3 EFECTIVO**

A 30 de junio de 2017 el efectivo está representado por las cuentas de ahorro que tiene el Fondo Nacional de Fomento de la Papa y comprende:

		2017	2016	VARIACION \$	VARIACION %
BANCOS	Y				
CORPORACIONES					
FINANCIERAS					
Cuentas de Ahorro	(1)	1.707.447.025	2.488.740.664	-781.293.639	-31,39%
TOTAL EFECTIVO	\$	1.707.447.025	2.488.740.664	-781.293.639	-31,39%

(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. Las cuentas bancarias están conciliadas con los saldos de los extractos.

Cuenta de Ahorro		2017	2016	VARIACION \$	VARIACION %
Bogota cta. No 115043317		1.604.504.913	1.376.805.468	227.699.445	16,54%
Davivienda cta. No 477000045625		92.639.152	1.107.971.661	-1.015.332.509	-91,64%
Davivienda cta. No 477000049197		10.302.960	3.963.535	6.339.425	159,94%
TOTAL EFECTIVO	\$	1.707.447.025	2.488.740.664	-781.293.639	-31,39%



**NOTA 4 INVERSIONES**

A 30 de junio de 2017 las inversiones están conformadas por:

INVERSIONES		2017	2016	VARIACION \$	VARIACION %
Certificados de Depósito a Terminó	(1)	1.300.000.000	0	1.300.000.000	100%
TOTAL	\$	1.300.000.000	0	1.300.000.000	100%

(1) El 9 de junio se canceló el CDT por valor de \$ 1.627.660.288 y a su vez se constituyó uno por valor de \$1.300.000.000 a 90 días con una tarifa del 6,3% E.A.

NOTA 5 DEUDORES

A 30 de junio de 2017 los deudores, están conformados por:

DEUDORES		2017	2016	VARIACION \$	VARIACION %
Anticipos y Avances Entregados	(1)	376.900	485.157	-108.257	-22,31%
Otros Deudores	(2)	363.460	0	363.460	100%
TOTAL	\$	740.360	485.157	255.203	52,60%

(1) Este valor corresponde a un saldo pendiente de consignar de las legalizaciones de junio.

(2) 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 en el año 2016 y posteriormente el recaudador manifestó que correspondía a una consignación dirigida a FEDEPAPA.



**NOTA 6 PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO**

A 30 de junio de 2017 las propiedades, planta y equipo, están conformadas por:

	2017	2016	VARIACION \$	VARIACION %
Muebles, enseres y Equipo de oficina	26.763.504	13.925.394	12.838.110	92,19%
Equipo de comunicación y computo	115.085.920	24.126.560	90.959.360	377,01%
Depreciación Acumulada	-13.490.554	-4.686.692	-8.803.862	187,85%
TOTAL	\$ 128.358.870	33.365.262	94.993.608	284,71%

NOTA 7 OTROS ACTIVOS

A 30 de junio de 2017 se encuentra conformada por:

	2017	2016	VARIACION \$	VARIACION %
Intangibles (Licencias)	22.525.033	4.631.389	17.893.644	386,36%
Amortización Acumulada	-5.237.909	-793.008	-4.444.901	560,51%
TOTAL	\$ 17.287.124	3.838.381	13.448.743	350,38%


NOTA 8 CUENTAS POR PAGAR

Las cuentas por pagar a 30 de junio de 2017, incluyen:

		2017	2016	VARIACION \$	VARIACION %
Adquisición de bienes y servicios	(1)	253.969.988	165.848.922	88.121.066	53,13%
Acreedores	(2)	29.621.700	8.338.000	21.283.700	255,26%
Impuestos por pagar Rete Fuente		46.563.917	1.710.394	44.853.523	2622,41%
Impuestos por pagar Reteica		3.335.605	1.423.567	1.912.038	134,31%
TOTAL		\$ 333.491.210	177.320.883	68.049.261	88,07%

(1) El saldo de bienes y servicios a 30 de junio de 2017 está conformado por:

Netafim Colombia Ltda.	52.650.000 (a)
UT Testa 2017	52.529.748 (b)
Fedepapa	24.281.345 (c)
Ac Nilsen de Colombia Ltda.	23.153.205 (d)
Sociedad de Agricultores de Colombia	19.776.150 (e)
La Imprenta Editores	19.523.166 (f)
Cesar Rodriguez	13.105.204 (g)
Beatriz Hincapie Rojas	9.169.509 (h)
Radio Cadena Nacional S.A.S - RCN	9.000.000 (i)
Digital Printco S.A	8.774.126 (j)
Logiscont S.A.S	7.537.710 (k)
Menores a 4 Millones	14.469.825 (l)
TOTAL	\$ 253.969.988





- (a) Corresponde a la factura de venta No. 12971 por concepto de 2 Sistemas de Riego con cargo a "Núcleos Progresivos de Extensión Rural en el Sector Productivo de Papa".
 - (b) Corresponde a la factura de venta No. 1 y 2 por concepto del primer y segundo pago del contrato No. 035 con objeto prestar los servicios con el fin de desarrollar la campaña para incrementar el consumo de papa de acuerdo a la estrategia 2017-2021.
 - (c) Corresponde a la factura de venta No. 1000-001572 De conformidad con lo establecido en el parágrafo 3 del artículo 13 de la Ley 1707 de 2014, el valor de la contraprestación por la administración del Fondo Nacional de Fomento de la Papa y recaudo de la Cuota de Fomento que recibirá FEDEPAPA, será suma equivalente al 10%. De tal manera, se encuentran pagos por realizar por concepto de cuota de administración del mes de junio.
 - (d) Corresponde a la factura de venta No. 9050035886 por concepto de primer pago anticipo contrato No. 031 con objeto de realizar un estudio de investigación que mide hábitos de consumo.
 - (e) Corresponde a la Factura de Venta No. 4957 por concepto de Política Comercial.
 - (f) Corresponde a las facturas de venta No. 45656 y 45657 por concepto de libros de leyes y cartillas institucionales.
 - (g) Corresponde a la Cuenta de Cobro No. 1 por concepto de anticipo de honorarios según contrato de prestación de servicio No. 33 como asesor de grupos Asociativos.
 - (h) Corresponde a las Facturas de Venta No. 01 y 02 por concepto de compra pendones tipo araña e impresión de volantes con cargo a "Núcleos Progresivos para el Sistema Productivo de Papa", y la factura No. 011 por concepto de anticipo de honorarios según contrato de prestación de servicio No. 32 como asesor de grupos Asociativos.
 - (i) Corresponde a la factura de venta No. 1532704 por concepto de paquete de publicidad en radio por un mes.
 - (j) Corresponde a la factura de venta No. 2064 por concepto de 48 vallas publicitarias.
 - (k) Corresponde a las FV No. 129 y 143 por concepto de servicio de auditoria de mayo y junio.
 - (l) En las cuentas por pagar inferiores a cuatro millones de pesos se encuentran reembolsos a los extensionistas por concepto de refrigerios para capacitaciones, reembolsos de viáticos entre otros.
- (2) El saldo de acreedores corresponde al pago de la seguridad social y de parafiscales de junio.



**NOTA 9 OBLIGACIONES LABORALES**

El saldo a 30 de junio de 2017, comprenden:

		2017	2016	VARIACION \$	VARIACION %
Nomina por pagar	(1)	1.231.150	4.257.164	-3.026.014	-71,08%
Provisión prestaciones sociales	\$	49.831.653	12.012.221	37.819.432	314,84%
TOTAL	\$	51.062.803	16.269.385	34.793.418	213,86%

(1) **Nómina por pagar**, Corresponde a la liquidación del extensionista Pablo Miguel Cuta Lozano

NOTA 10 OTROS PASIVOS

El saldo a 30 de junio de 2017, comprenden:

		2017	2016	VARIACION \$	VARIACION %
Recaudos a Favor de Terceros	(1)	12.134.077	0	12.134.077	100%
TOTAL	\$	12.134.077	0	12.134.077	100%

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



**NOTA 11 INGRESOS FISCALES**

A 30 de junio de 2017 los ingresos operacionales incluyen:

<u>CONCEPTO</u>		2017	2016	VARIACION \$	VARIACION %
Rentas parafiscales	(1)	1.478.009.408	2.119.708.148	-641.698.740	-30,27%
Vigencias Anteriores		1.246.909	804.933	441.976	54,91%
TOTAL INGRESOS	\$	1.479.256.317	2.120.513.081	-641.256.764	-30,24%

(1) Rentas parafiscales, el saldo a 30 de junio de 2017:

NIT	TERCERO	VALOR
830.040.709	COMERCIALIZADORA NACIONAL S.A.S	\$198.337.751
890.107.487	SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLIMPICA S.A.	\$152.016.703
890.900.608	ALMACENES EXITO S.A. - carulla - pomona -ley -olimpica	\$100.638.892
860.020.308	COMESTIBLES RICO	\$65.724.695
800.208.785	CONGELAGRO S.A.	\$64.172.121
817.000.747	COMPAÑIA INTERNACIONAL DE ALIMENTOS SAS	\$61.659.356
800.241.598	PRODUCTOS ALIMENTICIOS FROZEN EXPRESS S.A.S	\$32.703.901
900.155.107	CENCOSUD COLOMBIA S.A. (JUMBO)	\$32.583.101
900.306.213	AGROPECUARIA DE PAPA S A S	\$30.800.444
890.300.346	ALMACENES LA 14 S.A.	\$18.608.897
811.045.607	INVERSIONES EURO S. A.	\$15.655.977
900.621.131	FRESCO PACK S.A.S	\$15.406.989
800.002.725	VERDURAS LTDA	\$14.934.269
805.021.782	COMERCIALIZADORA FLORALIA S.A	\$14.886.710
900.061.224	MERCAMIO S.A.	\$14.758.122
900.781.344	DISTRIBUIDORA DE MI TIERRA S.A.S	\$13.198.855



NIT	TERCERO	VALOR
19.237.782	BECERRA BARRETO EDILBERTO/PROCOSECHA	\$12.686.715
900422594	INVERSIONES VIVE AGRO S A S	\$12.617.503
805.028.041	SUPERTIENDAS CAÑAVERAL S.A	\$11.665.383
900.301.742	MERCADOS COLOMBIANOS JBM SAS - MERKACOL JBM SAS	\$10.624.500
805.028.991	SURTIFAMILIAR S.A.	\$10.054.240
820.005.385	PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS	\$9.812.872
900.522.508	INVERSIONES SUPERVAQUITA LA 33 S.A.S	\$9.796.989
900.397.839	COMPAÑIA DSIERRA SAS	\$9.762.574
19.245.341	CRUZ ZAMUDIO JORGE ARTURO	\$9.740.000
800.037.835	COMERCIALIZADORA LA BONANZA S.A.S.	\$9.436.813
800.111.036	DE LA HACIENDA PUERTAS DE GRANADA LTDA	\$9.384.721
805.029.321	CARIBE S.A.	\$9.107.183
830.072.419	PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPA SANCHEZ Y CALDERON LTDA	\$9.087.024
817.002.544	SUPERMERCADO EL RENDIDOR S.A.S	\$8.117.415
900.547.336	DISTRIBUIDORA CARVAJAL GIRALDO S.A.S.	\$7.921.005
900.160.265	INVERSIONES RIOS GALLEGO Y CIA. S.C X A	\$7.442.769
890.315.540	PRODUCTOS YUPI S A S	\$7.412.500
805.027.024	SUPERMERCADO LA GRAN COLOMBIA S.A.	\$7.024.324
832.005.617	SURTIFRUEVER DE LA SABANA LTDA	\$7.007.069
900.642.557	INVERSIONES VAQUITA EXPRES S A S	\$6.972.827
900.850.673	AOL COLOMBIA S.A.S	\$6.768.458
860.007.336	CAJA COLOMBIANA DE SUBSIDIO FAMILIAR	\$6.661.301
900.480.569	JERONIMO MARTINS COLOMBIA SAS	\$6.497.786
900.078.995	COMERCIALIZADORA CHAMORRO Y RENDON LTDA.	\$6.465.300
808.002.701	SUPERMERCADOS CUNDINAMARCA S.A	\$6.459.303
14.255.524	ALVARADO PARRA CARLOS JOSE	\$6.051.624
800.230.447	SODEXO S.A	\$5.745.104
800.226.062	SUPERMERCADO RAPI - MERCAR	\$5.644.732
890.929.502	INDUSTRIAS ALIMENTICIAS LA REINA S A S	\$5.473.990
900.418.730	COMERCIALIZADORA DE PAPA LA MONTAÑA	\$5.450.000
860.025.461	COMPAÑIA COMERCIAL E INDUSTRIAL LA SABANA	\$5.430.891





NIT	TERCERO	VALOR
900.203.566	ABASTECEMOS DE OCCIDENTE S.A	\$5.396.000
830.042.212	PROALIMENTOS LIBER S A S	\$5.195.068
891.224.005	CHAMORRO PORTILLA SAS	\$5.168.221
811.033.374	LEGUMBRES HERIBERTO MONTES BEDOYA S.A.	\$4.973.484
900.020.155	INVERSIONES MERCA Z S.A.	\$4.935.974
805.015.151	QUICENO Y CIA S.C.A	\$4.782.841
811.028.624	SUPERMERCADO BOOM S.A	\$4.601.841
826.000.361	ALMACENES PARAISO S.A	\$4.580.319
900.398.288	LEGUMBRERIA O.R. S.A.S.	\$4.447.000
900.931.199	GRUPO EMPRESARIAL FRITOMIX S.A.S	\$4.367.115
900.029.130	MERCADOS Y CARNES O R S A S	\$4.239.600
900.649.144	PRODUCTOS VICKY S.A.S.	\$4.142.756
890.807.047	CUATRO MILPAS S.A.S.	\$4.050.922
900.880.839	SUPERMERCADOS GALERIAS PLAZA S.A.S.	\$4.000.000
222.222.222	MENORES A CUATRO MILLONES	\$314.718.569
TOTAL		\$1.478.009.408

NOTA 12 OTROS INGRESOS

Presenta ingresos a 30 de junio de 2017 que incluyen:

CONCEPTO		2017	2016	VARIACION \$	VARIACION %
Financieros	(1)	99.628.478	4.325.109	95.303.369	2203,49%
Extraordinarios	(2)	5.607.682	5.753	5.601.929	97374,05%
TOTAL	\$	105.236.160	4.330.862	100.905.298	2329,91%

(1) El aumento en los ingresos financieros se debe a que el CDT por valor de \$1.600.000.000 se constituyó en el último trimestre del 2016, con una tasa de interés del 7,4 % E.A.





(2) Los ingresos Extraordinarios a 30 de junio de 2017 corresponden a:

<u>CONCEPTO</u>	<u>VALOR</u>	
Recuperaciones	\$	5.602.697 (a)
Aprovechamientos	\$	4.985
TOTAL	\$	5.607.682

(a) Corresponden a la recuperación de retención en la fuente de rendimientos financieros por valor de \$2.502.697 y recuperación de "Capacitación en Innovación y Desarrollo del Sistema Productivo Papa" de dos extensionista por valor de \$3.100.000.

NOTA 13 GASTOS OPERACIONALES

Los gastos operacionales a 30 de junio de 2017 incluyen:

<u>CONCEPTO</u>		<u>2017</u>	<u>2016</u>	<u>VARIACION \$</u>	<u>VARIACION %</u>
Sueldos, salarios	\$	520.226.674	136.211.716	384.014.958	281,93%
Honorarios	\$	61.011.521	297.206.451	-236.194.930	-79,47%
Capacitación y Divulgación	(1)\$	175.154.098	294.503.055	-119.348.957	-40,53%
Contribuciones Imputadas (Incapacidades)	\$	0	925.004	-925.004	-100,00%
Contribuciones efectivas	(2)\$	108.069.211	28.246.736	79.822.475	282,59%
Aportes sobre la nómina	(3)\$	21.072.800	5.469.500	15.603.300	285,28%
Estudios y Proyectos Asistencia Técnica	\$	479.657.283	55.950.025	423.707.258	757,30%
Materiales y suministros	(4)\$	79.153.585	47.015.659	32.137.926	68,36%
Servicios públicos	\$	3.984.660	3.768.000	216.660	5,75%
Arrendamientos	\$	8.248.500	7.800.000	448.500	5,75%



CONCEPTO		2017	2016	VARIACION \$	VARIACION %
Viáticos y gastos de viaje	\$	99.200.275	59.342.928	39.857.347	67,16%
Comunicaciones y Transporte	\$	3.212.305	7.092.500	-3.880.195	-54,71%
Junta Directiva	\$	8.347.203	10.392.710	-2.045.507	-19,68%
Contratos de administración	\$	147.925.632	212.051.309	-64.125.677	-30,24%
Muebles, equipos de oficina y software	\$	1.828.195	1.693.800	134.395	7,93%
Compra Base de Datos	\$	0	3.778.120	-3.778.120	-100,00%
Impuestos, tasas y contribuciones	\$	7.272.570	3.700.602	3.571.968	96,52%
Depreciaciones	\$	5.694.936	2.747.578	2.947.358	107,27%
Amortizaciones	\$	606.520	384.690	221.830	57,66%
Otros gastos (comisiones y otros gastos bancarios)	\$	4.391.196	1.369.316	3.021.880	220,69%
TOTAL		1.735.057.164	1.179.649.699	555.407.465	47,08%

- (1) El incremento en este rubro se debe a la capacitación sobre papa que se realizó para los extensionistas, y a una parte del pago a la Agencia para la participación en Agroexpo.
- (2) Las Contribuciones efectiva comprenden los gastos de Salud, Pensión, Ail y Caja de Compensación Familiar.
- (3) Los aportes a nómina corresponden a ICBF y SENA.Ç
- (4) El incremento en este valor se debe al pago a la Agencia para la participación en Agroexpo.



PAULA ANDREA GARAVITO GUARÍN
 Directora FNFP