

Estrategia conjunta entre Fedepalma y Cenipalma para fortalecer la imagen del sector palmero colombiano en redes sociales



Por: Andrés Muñoz García,
Analista Digital

En lo corrido de 2018, la estrategia de redes sociales de la Federación ha tenido un desarrollo integral enfocando sus esfuerzos en fortalecer y en visibilizar por qué la agroindustria de la palma de aceite en Colombia es única y diferenciada. Este año a diferencia de 2017, la Federación integró a su estrategia a la Corporación Centro de Investigación en Palma de Aceite, Cenipalma, e incluyó dos nuevos canales en redes sociales para Fedepalma: Instagram y LinkedIn, lo que ha representado que la Federación se posicione en diferentes ámbitos y canales digitales como único vocero del sector palmero colombiano.

Continuamos aumentando en seguidores

Facebook sigue siendo nuestro principal canal en redes sociales, donde en lo transcurrido de 2018 hemos crecido 4.234 seguidores (personas que le han dado “me

gusta” a la página) lo que representa un 29 % respecto al año anterior. Al inicio contábamos con 14.288 personas y hoy en día son más de 18 mil (datos de noviembre de 2018). Lo anterior se debe al enfoque dado en las diferentes publicaciones, orgánicas y pagadas, que buscan mejorar la imagen del sector palmero colombiano y posicionar el cultivo y el aceite de palma como único y diferenciado a nivel mundial. El objetivo de la red social es proporcionarle a la audiencia datos actualizados y relevantes por medio de noticias importantes de Fedepalma, hechos del sector y los diferentes beneficios del cultivo en el ámbito ambiental y social.

Educar a nuestros diferentes *stakeholders* ha sido una tarea fundamental para posicionarnos en el entorno digital y así desmitificar muchos conceptos erróneos que se tienen sobre el cultivo de palma de aceite y el consumo del aceite de palma. Hoy en día seguimos recibiendo más comentarios positivos que negativos, demostrando que la imagen de Fedepalma es cada vez mejor.

 **@FedepalmaOrg, voz líder del sector palmero colombiano en Twitter**

A pesar de que la Federación comenzó su interacción formal en esta red en el mes de mayo, previo al XLVI Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite, hoy cuenta con 2.040 seguidores, los cuales han generado alrededor de 298.9 k impresiones (número de veces que nuestros *tweets* se han visto en el “time line” de las personas, seguidores o no). Este canal ha servido como medio para brindar datos y hechos concretos referentes al sector palmero colombiano. Además, se ha realizado el cubrimiento de importantes eventos del

sector como la celebración de los 55 años de la Federación, los diferentes Foros del Paisaje Palmero Sostenible, la VII Conferencia Latinoamericana de RSPO, el XLVI Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite y la XIX Conferencia Internacional sobre Palma de Aceite, permitiendo comunicar hechos pertinentes e información en tiempo real, la cual ha sido utilizada por periodistas y por la opinión pública en general. Los eventos han representado un hito importante ya que han sido los momentos cuando la red ha generado la mayor cantidad de interacción entre nuestros grupos de interés, por ejemplo, durante los tres días de la XIX Conferencia Internacional sobre Palma de aceite realizada en septiembre de 2018, se generaron alrededor de 113 mil impresiones.

Nuevo posicionamiento en el ecosistema digital



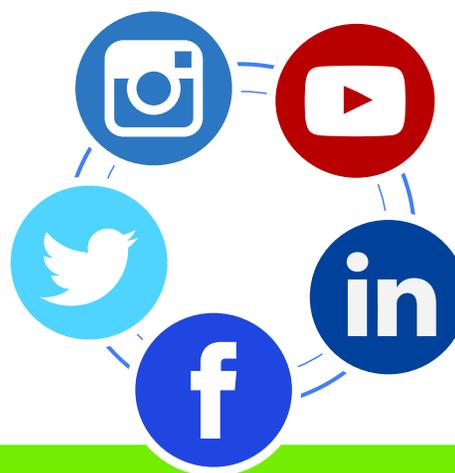
La Federación, en su estrategia de redes sociales, realizó la implementación de dos nuevos canales: Instagram y LinkedIn. Para el caso de la primera red, el objetivo es mostrarle a los diferentes grupos de interés que la Federación está comprometida con fomentar las buenas prácticas en el sector palmero colombiano, además de visibilizar la sostenibilidad ambiental y social presente en el sector. Hoy en día la red social cuenta con 1.326 seguidores y más de 18 mil interacciones en el transcurso de 2018. Por otra parte, LinkedIn, la mayor red profesional del mundo, ha servido como canal de interacción para compartir publicaciones, además de algunas ofertas de empleo.

Cenipalma interactúa en redes sociales

Otra de las novedades desarrolladas en la estrategia de redes sociales de la Federación es la integración del Centro de Investigación en Palma de Aceite, Cenipalma, como vocero oficial de los temas relacionados con la productividad y la sanidad del cultivo, además de mejorar la comunicación en aspectos de desarrollo y adopción de tecnologías que garanticen y faciliten buenas prácticas sostenibles.

Cenipalma tiene presencia en tres redes sociales: Twitter (@CenipalmaOrg), LinkedIn y YouTube. La primera está enfocada en compartir información sobre diferentes eventos, contenidos sobre los hallazgos en el área de manejo fitosanitario, quotes sobre la adopción de las mejores prácticas del cultivo, la promoción de los diferentes servicios y publicaciones de Cenipalma. A mediados del segundo trimestre de 2018, Cenipalma inició su interacción formal en redes sociales, donde hoy cuenta con 442 seguidores en Twitter y una interacción total para el último trimestre de 32 mil impresiones. Por otra parte, en LinkedIn se comparte contenido referente a los la oferta de servicios de Cenipalma, además de promociones enfocadas en promover los procesos de investigación que el Centro lleva a cabo. Hoy la red cuenta con 221 seguidores y más de 3 mil impresiones por parte de nuestros contenidos.

En conclusión, la estrategia de redes sociales de la Federación ha mejorado significativamente la imagen del sector palmero colombiano y de Fedepalma entre sus diferentes grupos de interés, aclarando noticias falsas sobre el cultivo de palma de aceite, siendo la Federación, Fedepalma y Cenipalma, los voceros de los cultivadores y productores del país. La invitación es a seguir nuestras redes sociales y a interactuar con los diferentes contenidos y eventos.



Facebook:	Fedepalma	
YouTube:	Fedepalma	Cenipalma
LinkedIn:	Fedepalma	Cenipalma
Twitter:	FedepalmaOrg	@CenipalmaOrg
Instagram:	FedepalmaOrg	