

Percepción y evaluación de las comunicaciones y publicaciones de Fedepalma



Fedepalma, interesada en conocer la pertinencia de sus publicaciones y la percepción que de ellas tienen los afiliados y en general el público interesado en la actividad palmera del país, evaluó directamente con los usuarios y lectores los medios de comunicación con que cuenta.

Para ello contrató la realización de un estudio con la firma Cindamer Ltda., que hizo encuestas personalizadas a 365 usuarios tomados de manera aleatoria de la base de datos suministrada por Fedepalma.

El propósito de esta medición fue obtener información para decidir la conveniencia de mantener la actual estructura de los medios utilizados y contar con elementos certeros para realizar los ajustes necesarios y reorientar las acciones en caso de ser necesario.

Las encuestas se realizaron de diciembre de 2005 a febrero de 2006, en ocho ciudades representativas de las zonas palmeras del país: Santa Marta, Barranquilla, Bucaramanga, Puerto Wilches, Cali, Tumaco, Villavicencio y Bogotá.

Medios analizados

- ◆ Centro de Documentación Palmera
- ◆ Palmas
- ◆ El Palmicultor
- ◆ Portal Web
- ◆ Programas de radio
- ◆ Anuario estadístico
- ◆ Informes de labores
- ◆ Boletines técnicos
- ◆ Otras publicaciones, como libros, CD, videos.

Selección de la muestra

Los criterios para la selección de la muestra se basaron en la búsqueda de representatividad de todos los estamentos interesados y fueron los siguientes:

- ◆ Representación por zonas palmeras
- ◆ Palmicultores seleccionados por tamaño de plantación (grande, mediana y pequeña) y plantas de beneficio, inscritos en el Registro Nacional Palmicultor
- ◆ Técnicos y agrónomos en plantaciones
- ◆ Sector gobierno
- ◆ Sector académico
- ◆ Medios de comunicación
- ◆ Empleados de las entidades gremiales
- ◆ Otros (suscriptores, gremios, bancos, entidades de investigación, etc.)

Resultados de la encuesta

Los resultados de la encuesta fueron altamente positivos para todos los medios de comunicación analizados, lo que refleja el compromiso de la Federación de satisfacer con oportunidad y veracidad las necesidades de información de los usuarios. Se destaca el nivel de satisfacción general encontrado entre los encuestados: 4,21 sobre una calificación de 5, donde los que mayor califica-

ción presentan son los libros especializados, el Centro de Documentación Palmera y los boletines técnicos.

Los medios más conocidos y de mayor consulta fueron *Palmas* y *El Palmicultor*, incluidas las separatas que circulan con este último. El estudio arrojó la necesidad de intensificar la promoción y difusión de los servicios del Centro de Documentación y los boletines técnicos. El 92% de los encuestados conoce y consulta *El Palmicultor*, seguido por la revista con el 89% y las separatas (65%).

Se reflejó también la preferencia de los lectores y usuarios por utilizar los medios impresos frente a los medios virtuales y digitales. Es así que se deben mantener las publicaciones impresas, acompañadas de CD o página Web, mientras los usuarios aprecian las nuevas tecnologías digitales.

Una constante en las respuestas obtenidas fue la alta calificación que obtuvo la categoría de *veracidad y confiabilidad de la información* en todos los medios analizados, lo que representa un mayor compromiso para la Federación en el manejo riguroso y exacto de la información que publica. Por ejemplo, el Anuario estadístico arrojó una calificación de 9,31 sobre 10, y *Palmas* y *El Palmicultor*, de 9,15.

LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA FUERON ALTAMENTE POSITIVOS PARA TODOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANALIZADOS, LO QUE REFLEJA EL COMPROMISO DE FEDEPALMA.

Fedepalma ahora cuenta con elementos claros para seguir mejorando en forma continua sus publicaciones, servicios y comunicaciones hacia el sector palmero, y es del interés del gremio responder a todas las inquietudes y sugerencias recibidas por los usuarios encuestados, a quienes agradece su atención y valiosos aportes.