

# 3.

## Consolidar un modelo de agremiación, fidelización y representación

Fedepalma busca con este objetivo consolidar un modelo de agremiación, fidelización y representación para defender los intereses de la palmiticultura, su desarrollo y su bienestar a nivel regional, nacional e internacional por medio de estrategias que nos acerquen a los grupos de interés.

### Garantizar la legitimidad de la agremiación

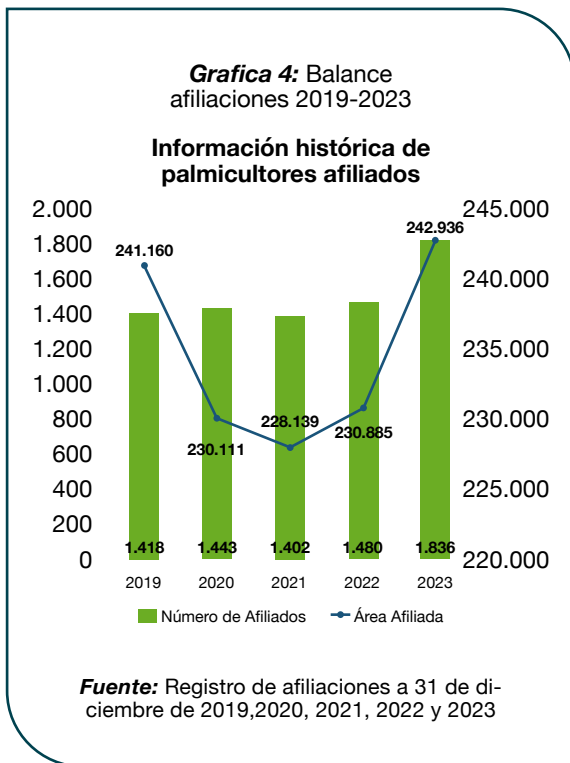
Para garantizar la legitimidad del gremio, Fedepalma continuó con su tarea de agremiar palmiticultores y generar su fidelización.

Durante el 2023 se inscribieron 816 nuevos palmiticultores en el Registro Nacional de Palmiticultores - RNP<sup>3</sup> y se aprobaron 401 nuevas afiliaciones (89% productores de menos de 50 hectáreas). Esto significó un incremento de 4% de la representatividad frente al 2022 y un aumento de más del 300% frente a las afiliaciones aprobadas en 2022. Respecto a las plantas de beneficio, al cierre del año Fedepalma agremiaba a 57 extractoras, correspondientes al 67% de las plantas extractoras del país y al 74% de la capacidad instalada.

<sup>3</sup> El RNP fue creado en 1995, con el fin de conocer los productores y plantas de beneficio, su área cultivada y capacidad de extracción.



El comportamiento de las afiliaciones durante los últimos cinco (05) años fue el siguiente:



**Tabla 1: Palmicultores y área registrados**

Tamaño	No. Cultivadores	% No. Cultivadores / Total	Área Cultivadores	% Área Cultivadores / Total
Pequeño (<=20)	5.629	74,5%	49.343	10,1%
Mediano (20<500)	1.743	23,1%	174.242	35,5%
Grande (500+)	180	2,4%	267.239	54,4%
<b>Total General</b>	<b>7.552</b>		<b>490.824</b>	

**Fuente:** RNP, información con corte al 31 de diciembre 2023.

**Tabla 2: Palmicultores y área afiliados**

Tamaño	No. Cultivadores	% No. Cultivadores / Total	Área Cultivadores	% Área Cultivadores / Total
Pequeño (<=20)	1.273	70,6%	11.232	4,6%
Mediano (20<500)	438	24,3%	51.319	21,1%
Grande (500+)	91	5%	180.386	74,3%
<b>Total General</b>	<b>1.802</b>		<b>242.936</b>	

**Fuente:** RNP, información con corte al 31 de diciembre 2023.

## Garantizar la representación gremial

Fedepalma busca representar efectivamente los intereses de los palmicultores para el desarrollo y bienestar de la agroindustria de la palma de aceite a nivel nacional, regional e internacional.

### Gestión nacional – Congreso de la República

Durante el 2023 se fortaleció la estrategia de relacionamiento con el Congreso de la República. Se continuó con el acercamiento a los Senadores y Representantes a la Cámara de departamentos y municipios palmeros, miembros de las Comisiones de mayor interés para el sector palmero (Tercera, Cuarta, Quinta y Séptima).

Dada la importancia del cumplimiento de la Sentencia C-019 de 2022, en la que la Corte Constitucional ordenó fijar mediante Ley la base gravable de la Cuota de Fomento Palmero, se desarrolló en los primeros meses del año la estrategia de relacionamiento con el Congreso de la República enfocada en incluir este artículo en la ley del Plan Nacional de Desarrollo.

Igualmente, según las dinámicas legislativas, se complementó la estrategia de relacionamiento con enfoque en los coordinadores y ponentes de la reforma laboral y del proyecto de ley de reducción del IVA de los aceites vegetales.

Como resultado de esta gestión se destacan los siguientes logros:

- Sanción presidencial de la ley de protección fitosanitaria para la palma de aceite, banano y cítricos (Ley 2303 del 13 de julio de 2023).
- Artículo 268 del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 que fija la base gravable de la Cuota de Fomento Palmero.
- Aprobación en primer debate del proyecto de ley de reducción del IVA de aceites vegetales en la Comisión III de la Cámara de Representantes (23 de noviembre de 2023).



▲ Participación de Congresistas de la República en el 51° Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite en la ciudad de Barranquilla (7 - 9 de junio 2023).





▲ Intervención del Presidente Ejecutivo de Fedepalma en la audiencia pública del Congreso de la República sobre la reforma laboral (08 de mayo de 2023)



▲ Primer debate por la Comisión III de la Cámara de Representantes del proyecto de ley de reducción del IVA de aceites vegetales (23 de noviembre de 2023)



▲ Desayuno de familiarización con miembros de la Comisión V de la Cámara de Representantes (03 de febrero de 2023)

### Gestión nacional – Gobierno Nacional

La Federación continuó el trabajo articulado con el Gobierno Nacional y en especial con los Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural; Minas y Energía; Comercio, Industria y Turismo; Ambiente y Desarrollo Sostenible y Hacienda y Crédito Público, y con el Departamento Nacional de Planeación.

Esta labor se ha centrado en evidenciar el impacto del sector palmero colombiano en la ruralidad, y resaltar el aporte que puede tener esta agroindustria en el cumplimiento de las metas del Plan Nacional de Desarrollo, especialmente en los indicadores relacionados con la producción en cadenas agrícolas priorizadas para el derecho humano a la alimentación; el crecimiento de las exportaciones agrícolas no tradicionales; la tasa de formalidad laboral; la generación de energía eléctrica a partir de fuentes no convencionales de energía; la reducción de deforestación nacional y CO2, y la inversión en investigación y desarrollo.



▲ Reunión de la Federación con la Ministra de Agricultura y Desarrollo Rural, Jhenifer Mojica Flórez (09 de mayo de 2023)



▲ Intervención de la Ministra de Agricultura y Desarrollo Rural, Jhenifer Mojica Flórez en el 51° Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite (08 de junio de 2023)



▲ Intervención del Director (E) de Planeación Nacional, Alejandro Herrera, en el 51° Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite (08 de junio de 2023)

### Gestión regional

Por medio de la gestión regional la Federación busca una mayor cercanía y sinergia con los palmiticultores, las comunidades y las autoridades locales.

Para el 2023 se destacan los siguientes aspectos:

- Se realizaron nueve (09) Diálogos Regionales en las cuatro (04) Zonas Palmeras, los cuales contaron con una participación de 1.350 palmiticultores, es decir el 19% del total de palmiticultores según el RNP.
- Se tuvo acercamiento con los candidatos a las Alcaldías y Gobernaciones de los municipios y de-

partamentos palmeros para presentarles los retos y oportunidades de la agroindustria de la palma de aceite en sus regiones y al finalizar el año se adelantaron reuniones de trabajo con los gobernantes elegidos y sus equipos de trabajo.

- Se realizó la recolección de información y se contextualizó la problemática de la comercialización informal del fruto. Se prestó acompañamiento a los productores en los trámites ambientales ante las Corporaciones Autónomas Regionales. Los Gerentes Regionales adelantaron el trabajo de la agenda sectorial priorizada en los Comités Regionales del Entorno Competitivo de cada una de las zonas.







- Los principales logros de la gestión gremial en cada Zona Palmera fueron:

 <p><b>Zona Oriental</b></p>	<p>Creación del Consejo Gremial de Casanare y designación de la Gerente Regional como Presidente.</p> <p>Apoyo a la creación del Observatorio de Infraestructura del Meta, como un espacio en el que se hace revisión y seguimiento a los proyectos de mayor envergadura en materia de infraestructura del departamento.</p>
 <p><b>Zona Central</b></p>	<p>Estructuración de los proyectos e iniciativas del clúster de palma para Norte de Santander en el periodo 2024-2030.</p>
 <p><b>Zona Norte</b></p>	<p>Implementación del programa de apoyo a la movilidad del ejército para seguridad en el Magdalena y otras regiones.</p> <p>Definición de la agenda ambiental con las Corporaciones Autónomas Regionales del Magdalena y César.</p> <p>Puesta en marcha del programa de seguridad palmera con el Ejército Nacional, empresas palmeras y miembros de Asocie, que incluye diez (10) motos con su mantenimiento.</p>
 <p><b>Zona Suroccidental y subzonas especiales</b></p>	<p>Creación de mesa de seguridad para el sector palmero con la fuerza de tarea Hércules en Tumaco.</p> <p>Implementación del proyecto Incasbono junto con Solidaridad, en el que se beneficiaron 180 productores de Tumaco.</p> <p>Realización del primer Desafío Palmero en Urabá con más de 300 asistentes y 20 empresas e instituciones de la región.</p>

## Mejorar la imagen

Este objetivo buscar posicionar la imagen de la actividad palmera dentro y fuera del país por medio de diferentes actividades como por ejemplo el monitoreo de noticias, divulgación y visibilidad de información a medios, relacionamiento con grupos de interés, entrega de material informativo del sector, desarrollo de una estrategia digital, y presencia en eventos de interés del sector.

Durante 2023 se registraron cerca de 1.900 noticias que mencionaron a Fedepalma (92,6% directas) con una valoración free press estimada de \$15.400 millones y una audiencia promedio de 319 millones de personas<sup>4</sup>. 71,5% de las noticias directas corresponde a medios web, 12,7% a prensa, 11,2% a radio y 4,7% a televisión.

Como parte de la estrategia de cercanía con los palmeros, en el 2023 se fortaleció el programa de Embajadores de la Palma de Aceite, se lanzó la segunda cohorte interna y la primera cohorte externa. Se llevó a cabo la primera Feria de Ideas, evento en el que se identificaron 6 iniciativas para mejorar la experiencia del palmicultor en la Federación.

Igualmente, se fortaleció el Comité de Comunicaciones con los Núcleos Palmeros, para abordar temas formativos y se implementaron campañas de comunicaciones relacionadas con el hurto de fruto y la comercialización inadecuada de semillas.

<sup>4</sup> Audiencia o alcance: se mide según el medio de publicación. Para el caso de los portales web corresponde al equivalente de los usuarios únicos que han visitado la página en los últimos 3 meses. Para Radio se utilizan los datos públicos del ECAR y para Televisión corresponde a los puntos de rating que mide Kantar Ibope en donde un punto de rating equivale a 380.000 personas. Valor Publicitario: para el caso de radio, tv y prensa es el equivalente publicitario de lo que costaría salir en dicho medio, estas tarifas son suministradas por los mismos medios y se calculan en centímetros por columnas para prensa y segundos para radio y tv, para el caso de los portales web el valor surge del equivalente de usuarios únicos que visitan el portal asignando un valor a cada 1.000 vistas, este valor se toma del dato suministrado por la herramienta que mide el tráfico web.



Con respecto a los canales digitales de la Federación, en el 2023 se lanzó la nueva página web de Fedepalma, se impulsaron las redes sociales de la Federación, y se trabajó en el desarrollo del WhatsApp Business, con el fin de apostarle a contenidos de mayor relevancia para la audiencia objetivo.

En lo que se refiere a la plataforma digital El Palmicultor, esta se fortaleció con la edición y publicación de 485 contenidos editoriales y diversos formatos multimedia. Durante el año, la plataforma atrajo 77.000 usuarios, con un promedio mensual de 6.000 visitantes.

Como parte de la estrategia de posicionamiento del sector palmicultor colombiano, se documentaron testimonios de transformación de los territorios. En total se produjeron cuatro docustories de “Frutos de la Palma”, que ejemplifican el impacto de los cultivos de palma para las comunidades Urabá, Mapiripan; Puerto Wilches; y Yarima, Estas historias fueron lanzadas en el marco del Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite y llevadas a las salas de cine colombianas.

Con el objetivo de conocer cómo avanza el sector palmicultor en temas de posicionamiento e imagen, se llevó a cabo la actualización del estudio de reputación del sector. Para el ejercicio se entrevistó 1.944 individuos, de los cuales 1.302 corresponden a población general; 401 a población aledaña ubicada en los municipios de María La Baja, Puerto Wilches, Tumaco, Tibú, Agustín Codazzi, Villanueva, San Carlos de Guaroa; 221 a productores de palma (registrados y afiliados) y 20 líderes de opinión.

El estudio identificó que más del 60% de la población general encuestada considera que el sector

palmicultor contribuye con el acceso a mejores alimentos; así como el 62% reconoce al sector como uno que mejora y trae beneficios al campo colombiano y el 54% considera que el renglón tiene buenas posibilidades de crecimiento a futuro y que aporta en la generación de empleo.

Adicionalmente, se recolectó información que permitió establecer la pirámide reputacional en las diferentes poblaciones de la muestra y se evidenció que existe una brecha importante entre la base de conocimiento y la de familiaridad.



Productores	P. Aledaña	P. General
75%	17%	12%
75%	17%	13%
80%	19%	15%
80%	23%	17%
80%	28%	21%
98%	64%	57%

Base: 56      Base: 401      Base: 1302

Otro de los hallazgos del estudio es que la población general destaca al sector palmicultor entre los sectores agroindustriales como un renglón que se preocupa por el medio ambiente, es innovador y con buenas prácticas ▶

**Sector que se preocupa por el medio ambiente**

**36%**  
Palmeros

- 25% Arroceros
- 21% Azucareros
- 19% Ganaderos
- 17% Bananeros

**Sector innovador con uso de tecnología y buenas prácticas**

**33%**  
Palmeros

- 23% Arroceros
- 22% Azucareros
- 21% Ganaderos
- 15% Bananeros