

**Fidelización de proveedores desde la perspectiva de la  
gestión social.  
Análisis de caso: oleaginosas del Norte de Santander  
S.A.S. y su relación con los productores de fruta de  
palma de aceite**

**Leidy Yaritsa Contreras Suarez**  
Código estudiantil: 2023190426528

**Lyana Rocio Peñaranda Contreras**  
Código estudiantil: 20121257056

Trabajo de Investigación presentado como requisito para optar el título de:  
**Especialista en Gerencia Social**

Tutor:

**Marcela Flórez Romero, Ph.D.**

**RESUMEN**

El estudio de la fidelización de proveedores en la gestión empresarial es una temática de creciente interés y relevancia, especialmente en sectores altamente competitivos y dependientes de insumos específicos, como es el caso de la industria de la palma de aceite. La investigación se centra en analizar este aspecto clave en la empresa Oleaginosas del Norte de Santander S.A.S, ubicada en Colombia, un entorno que presenta desafíos únicos en términos de competencia y costos de producción. Estos desafíos tienen un impacto directo en la relación con los proveedores, en este caso, de fruta de palma, lo que a su vez afecta la continuidad del suministro y la estabilidad del negocio. El estudio propone una solución integral que abarca varios aspectos. Primero, se sugiere mejorar los procesos de comunicación con los productores y proveedores. Esta mejora busca crear canales

de diálogo más efectivos y transparentes, lo que facilitaría una mejor comprensión de las necesidades y expectativas de ambas partes. Además, se plantea la implementación de incentivos, no solo económicos sino también sociales y emocionales, que pueden aumentar la lealtad y compromiso de los proveedores con la empresa. Por otro lado, se destaca la importancia de promover prácticas medioambientales sostenibles. Esto no solo es beneficioso para el entorno, sino que también mejora la imagen y reputación de la empresa, un factor crucial en un mercado cada vez más consciente y exigente respecto a la sostenibilidad. Desde una perspectiva académica y práctica, este proyecto tiene como objetivo contribuir al conocimiento existente, proporcionando un enfoque teórico, pero profundamente arraigado en la realidad de la industria de la palma de aceite en Colombia. Los objetivos específicos de la investigación incluyen la identificación de los factores clave que influyen en la fidelización de proveedores, la evaluación del bienestar socioeconómico de estos últimos y el diseño de estrategias de gestión social efectivas y adaptadas a las necesidades del sector. En términos metodológicos, la investigación adopta un enfoque cualitativo y cuantitativo, recopilando datos a través de entrevistas, encuestas y el análisis de información secundaria. Esto permite una comprensión holística de la situación y facilita la elaboración de recomendaciones basadas en evidencia. Los resultados esperados de esta investigación no solo serán de utilidad para Oleaginosas del Norte de Santander S.A.S., sino que también proporcionarán insights valiosos para otras empresas del sector. Se espera que los hallazgos promuevan una mayor eficiencia y sostenibilidad en la cadena de suministro, aspectos fundamentales para la viabilidad a largo plazo de estas empresas. Además, los resultados podrían ser aplicables en otros contextos y sectores, proporcionando un marco de referencia para la gestión eficaz de relaciones con proveedores. En conclusión, este estudio aborda una faceta crucial de la gestión empresarial moderna, ofreciendo soluciones prácticas y sostenibles para mejorar las relaciones con los proveedores, lo que a su vez puede llevar a una mayor estabilidad y éxito en el negocio. La importancia de tales investigaciones se magnifica en sectores donde la dependencia de insumos

específicos es alta, y donde la gestión eficiente de la cadena de suministro es un factor determinante para el éxito empresarial.

**Palabras clave:** Estrategias de fidelización, gestión social, proveedores, productores, prácticas sostenibles.

## ABSTRACT

The study of supplier loyalty in business management is an increasingly important and relevant topic, particularly in highly competitive sectors dependent on specific inputs, like the oil palm industry. The research focuses on analyzing this key aspect in the company Oleaginosas del Norte de Santander S.A.S., located in Colombia, a setting that presents unique challenges in terms of competition and production costs. These challenges directly impact the relationship with suppliers, in this case, palm fruit suppliers, which in turn affects the continuity of supply and the stability of the business. The study proposes a comprehensive solution that encompasses several aspects. First, it suggests improving communication processes with producers and suppliers. This improvement aims to create more effective and transparent dialogue channels, facilitating a better understanding of the needs and expectations of both parties. Additionally, the implementation of incentives is proposed, not only economic but also social and emotional, which can increase the loyalty and commitment of suppliers to the company. On the other hand, the importance of promoting sustainable environmental practices is emphasized. This is not only beneficial for the environment but also improves the image and reputation of the company, a crucial factor in an increasingly conscious and demanding market regarding sustainability. From an academic and practical perspective, this project aims to contribute to existing knowledge, providing a theoretical approach but deeply rooted in the reality of the oil palm industry in Colombia. The specific objectives of the research include identifying the key factors that influence supplier loyalty, assessing the socioeconomic well-being of these suppliers, and designing effective and adapted social management strategies for the sector. In methodological terms, the research adopts a qualitative and quantitative approach, collecting data through

interviews, surveys, and the analysis of secondary information. This allows for a holistic understanding of the situation and facilitates the development of evidence-based recommendations. The expected results of this research will not only be useful for Oleaginosas del Norte de Santander S.A.S. but will also provide valuable insights for other companies in the sector. The findings are expected to promote greater efficiency and sustainability in the supply chain, fundamental aspects for the long-term viability of these companies. Additionally, the results could be applicable in other contexts and sectors, providing a reference framework for effective supplier relationship management. In conclusion, this study addresses a crucial facet of modern business management, offering practical and sustainable solutions to improve relationships with suppliers, which in turn can lead to greater stability and success in the business. The importance of such research is magnified in sectors where specific input dependency is high, and where efficient supply chain management is a determining factor for business success.

**Keywords:** Loyalty strategies, social management, suppliers, producers, sustainable practices.

### Referencias Bibliográficas

1. Aguilar-Barreto, A.J., Hernández Peña, Y.K., Contreras-Santander, Y.L., Flórez-Romero, M. (Eds.) (2018). *La Investigación Sociojurídica: Un análisis de la incidencia de los aspectos sociales para el derecho* (pp.152-183). Cúcuta, Colombia: Ediciones Universidad Simón Bolívar. Recuperado en: <https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/2274>
2. Borrás, S. M., Franco, J. C., Gómez, S., Kay, C., & Spoor, M. (2011). Land grabbing in Latin America and the Caribbean. *Journal of Peasant Studies*, 39(3-4), 845-872.
3. Carlson, K. M., Heilmayr, R., Gibbs, H. K., Noojipady, P., Burns, D. N., Morton, D. C., ... & Walker, N. F. (2018). Effect of oil palm sustainability

- certification on deforestation and fire in Indonesia. Proceedings of the National Academy of Sciences, 115(1), 121-126.
4. Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
  5. Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (3rd ed.). Sage Publications.
  6. Espinosa, M. P., & Dockry, M. J. (2017). The role of international sustainability standards in the palm oil sector in Colombia. *International Food and Agribusiness Management Review*, 20(3), 435-452.
  7. Florez, M.; Aguilar-Barreto, AJ. y Hernández, K. (2017) La responsabilidad social: compromiso de las universidades (RSU) En: *Desarrollo Organizacional y Gestión Humana en Contextos Globalizados*, Corporación Mayor del desarrollo, Barranquilla (Colombia). Recuperado en: [https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2602/Cap\\_3\\_LaResponsabilidadSocial.pdf?sequence=7&isAllowed=y](https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2602/Cap_3_LaResponsabilidadSocial.pdf?sequence=7&isAllowed=y)
  8. Florez-Romero, M. & Cano Morales, A. (2016). “La responsabilidad social del profesional de las ciencias económicas, administrativas y contables como solución para la transparencia empresarial”. *Revista Espacios*, 36(37). 7-37. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a16v37n36/16373607.html>
  9. Flórez Romero, M., Pinillos Villamizar, J., & Prado Avendaño, E. (2017). Revisión de modelos de calidad del servicio en entidades financieras. En H. Martínez Caraballo, E. García Cali, & E. Prado Avendaño (Eds.), *Gerencia empresarial. Una perspectiva integral desde lo público y privado* (pp. 261-286). Ediciones Universidad Simón Bolívar.
  10. Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.
  11. Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*.
  12. Gadamer, H.-G. (1975). *Verdad y método*. Salamanca: Ediciones Sígueme.

13. Gómez-Vahos, J., Aguilar-Barreto, A. J., & Espinosa-Castro, J. F. (Eds.). (2018). *Concepciones y prácticas en el contexto educativo de Norte de Santander*. Cúcuta, Colombia: Ediciones Universidad Simón Bolívar.
14. Gutiérrez-Vélez, V. H., DeFries, R., Pinedo-Vasquez, M., Uriarte, M., Padoch, C., Baethgen, W., ... & Lim, Y. (2011). High-yield oil palm expansion spares land at the expense of forests in the Peruvian Amazon. *Environmental Research Letters*, 6(4), 044029.
15. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
16. Lee, J. S. H., Ghazoul, J., Obidzinski, K., & Koh, L. P. (2020). Toward clearer skies: Challenges in regulating transboundary haze in Southeast Asia. *Environmental Science & Policy*, 55, 87-95. (Nota: Esta referencia ha sido adaptada para encajar con el ejemplo anterior, ya que la temática original era diferente).
17. Miguel Dávila, J. Á., & Flórez Romero, M. L. (2007). Estrategias de calidad del servicio e instituciones bancarias. En *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*. Universidad de La Rioja.
18. Miguel-Dávila, J.A. & Flórez-Romero, M. (2007) ¿Ofrecen calidad las entidades bancarias de Castilla y León?, *Boletín Económico de Castilla y León*, N° 11, pp. 125-132.
19. Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
20. Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33-44.
21. Pirker, J., Mosnier, A., Kraxner, F., Havlík, P., & Obersteiner, M. (2016). What are the limits to oil palm expansion? *Global Environmental Change*, 40, 73-81.
22. Rueda, X., Thomas, N. E., & Lambin, E. F. (2017). Eco-certification and coffee cultivation enhance tree cover and forest connectivity in the Colombian coffee landscapes. *Remote Sensing*, 9(7), 689.

23. Scott, J. (1990). *A Matter of Record: Documentary Sources in Social Research*. Polity Press.
24. Senge, P. M. (1990). *The Fifth Discipline: The Art & Practice of The Learning Organization*. Doubleday/Currency.
25. Wich, S. A., Garcia-Ulloa, J., Kühl, H. S., Humle, T., Lee, J. S. H., & Koh, L. P. (2016). Will oil palm's homecoming spell doom for Africa's great apes? *Current Biology*, 26(14), 1651-1655.
26. Wilcove, D. S., & Koh, L. P. (2010). Addressing the threats to biodiversity from oil-palm agriculture. *Biodiversity and Conservation*, 19(4), 999-1007.
27. Zambrano Miranda, M.D.J. Manzano López, D.J.; Florez-Romero, M.; Carvajal Labastida, O.E.; Castro Cáceres, K.; Ramírez López, J.D. & Ramírez Zambrano, J.R. (2014). Oportunidades de inclusión productiva para la población en pobreza extrema y desplazamiento en Cúcuta. Cúcuta: Universidad Libre. Obtenido de <http://www.unilibrecucuta.edu.co/portal/images/ormet-Oportunidadesinclusion-productiva-para-poblacion-en-pobreza-extrema-desplazamientoCucuta.pdf>