HuellaSocial

INFORME PARA EMPRESAS CON OPERACIÓN EN TERRITORIO · COLOMBIA · 2026

La huella social de la empresa

Cómo saber qué impacto tiene tu operación en tus trabajadores, en sus familias y en el territorio donde trabajas, antes de que alguien más lo mida por ti.

Adriana González Perdomo · Socióloga, magíster en Sociología · Fundadora de HuellaSocial
Con el equipo de tecnología y datos de HuellaSocial · Octubre de 2026

Este informe propone un marco para comprender y medir la huella social de una empresa, a partir de marcos internacionales, datos públicos citados y la experiencia de su autora en investigación social aplicada, prácticas restaurativas y fortalecimiento organizacional en Colombia. Es de libre distribución citando la fuente.

Contenido

1. Resumen ejecutivo
2. Las cuatro dimensiones de la huella social de una empresa
3. Por qué ahora: quién ya está midiendo tu huella
4. Cómo se mide de verdad: tres miradas sobre la misma empresa
5. Del diagnóstico a la acción
6. Un caso, de principio a fin
7. Veinte preguntas para una gerencia
8. Cómo trabajamos, qué requiere y por dónde empezar
9. Fuentes y límites de este informe

1

Resumen ejecutivo

Toda empresa con operación en un territorio produce impacto social, lo mida o no. La diferencia entre medirlo y no medirlo es quién lo mide primero.

Una empresa agroindustrial con cuatrocientos trabajadores en una zona rural, una operación minera, una planta que es el principal empleador de un municipio, una empresa de servicios con contratistas en varios departamentos: todas dejan huella en las personas que emplean, en las familias que dependen de esos ingresos, en las comunidades donde operan y en la cadena de proveedores y contratistas que las rodea. Esa huella tiene partes positivas que la empresa casi nunca puede demostrar y partes negativas que casi nunca ve a tiempo.

Hoy, esa huella la miden otros: un sindicato, una organización comunitaria, una certificadora, un comprador internacional con su cuestionario de diligencia debida, un periodista, una autoridad. Cuando la empresa se entera, el diagnóstico ya está hecho y es de otro. La única ventaja de medir primero es poder corregir primero: un conflicto laboral o comunitario atendido a tiempo cuesta una fracción de lo que cuesta un bloqueo, una demanda, una sanción o la pérdida de un cliente.

84 %

de las personas en Colombia dice que el compromiso social de una empresa influye en cómo la percibe (2024).

48,7 %

de las empresas colombianas ya prioriza formalmente la gestión del riesgo social y de gobernanza (2025).

36 %

de las empresas evaluó el impacto de su inversión social y ambiental del año anterior (IISAE 2026).

4

dimensiones de la huella social: trabajadores, familias, territorio y cadena de valor. Este informe las desarrolla una a una.

Este informe propone un marco de cuatro dimensiones para comprender la huella social de una empresa, explica quién ya la está midiendo desde fuera y con qué estándares, describe cómo se mide de verdad —con datos que la empresa ya tiene y no cruza, y con escucha de método sociológico, no con una encuesta de clima—, y muestra cómo un diagnóstico se convierte en decisiones, seguimiento y evidencia que resiste el escrutinio de un auditor, una certificadora o un comprador. Cierra con un caso ilustrativo de principio a fin y con veinte preguntas que cualquier gerencia debería poder responder.

Las cinco ideas del informe

1. **La huella social no es la inversión social.** Donar a una fundación no es la huella; la huella es lo que pasa con los trabajadores, sus familias y el territorio por el hecho de que la empresa opere ahí.
2. **La empresa ya tiene la mitad de los datos.** Rotación, incapacidades, accidentalidad, quejas, salarios por género, compras locales. Nadie los ha cruzado con esa pregunta.
3. **La otra mitad solo se consigue escuchando.** Trabajadores, familias y comunidad, con método, con quien sabe hacerlo en contextos de desconfianza y conflicto.
4. **Un diagnóstico sin palancas de cambio es un riesgo documentado.** Lo que se encuentra hay que poder corregirlo, seguirlo y demostrarlo.
5. **Verificar primero, comunicar después.** Nunca al revés. Una comunicación social sin fondo verificable es el riesgo reputacional más caro y más evitable que existe.

2

Las cuatro dimensiones de la huella social de una empresa

Un marco para no dejarse nada fuera y para no medir lo que no importa. En cada dimensión: qué mirar, con qué evidencia y cuál es la señal de alarma.

Dimensión 1 · Trabajadores

Las personas que la empresa emplea directamente. Es la dimensión con más datos disponibles y, con frecuencia, la peor comprendida, porque los datos se miran por separado (nómina por un lado, seguridad y salud por otro, talento humano por otro) y nunca con la pregunta de qué le pasa a la gente.

Qué mirar	Con qué evidencia	Señal de alarma
Condiciones y estabilidad	Tipo de contrato, antigüedad, rotación por área y por temporada, horas extra, salario frente al mínimo y al mercado local.	Rotación alta en una sola área; horas extra estructurales; contratos por obra encadenados.
Salud y seguridad	Accidentalidad, incapacidades por causa, enfermedad laboral, exposición (agroquímicos, carga, calor).	Incapacidades que suben en una misma cuadrilla o finca; accidentes que no se reportan.
Equidad de género	Brecha salarial por cargo, acceso a cargos de supervisión, acoso, conciliación, maternidad.	Mujeres concentradas en las tareas peor pagadas; cero denuncias en un canal que nadie usa.
Voz y canales	Quejas recibidas y resueltas, relación con el sindicato o la asociación, comités, encuestas de clima y su uso real.	Un canal de quejas sin quejas; conflictos que llegan a la gerencia por la prensa.
Formación y futuro	Horas de formación por persona, promoción interna, alfabetización y escolaridad.	La formación es solo de cumplimiento; nadie asciende desde el campo.

Dimensión 2 · Familias y entorno inmediato

Las personas que dependen del ingreso del trabajador. En zonas rurales y en economías de enclave, la empresa no emplea a una persona: sostiene a un hogar y, a veces, a una vereda. Esta dimensión casi nunca se mide y es la que explica muchos conflictos que parecen laborales y no lo son.

Qué mirar	Con qué evidencia	Señal de alarma
Dependencia económica	Proporción de hogares de la zona con al menos un ingreso de la empresa; qué pasa con esos hogares en temporada baja o en un despido.	La empresa es el único empleador formal del municipio.
Vivienda y servicios	Dónde viven los trabajadores, en qué condiciones, a cuánto del trabajo; acceso a agua, salud y educación de sus hijos.	Campamentos o viviendas de la empresa en mal estado; hijos de trabajadores fuera de la escuela.
Tiempo y cuidado	Jornadas y turnos frente a las responsabilidades de cuidado; quién cuida a los niños mientras la madre trabaja.	Turnos incompatibles con la escuela; mujeres que renuncian al nacer un hijo.
Migración y temporalidad	Trabajadores migrantes o temporales: condiciones de llegada, alojamiento, intermediarios, retorno.	Intermediarios que cobran por el puesto; alojamiento pagado con descuento de nómina.

Dimensión 3 · Comunidad y territorio

El municipio, las veredas, los vecinos, las autoridades locales, las organizaciones sociales y los otros usuarios de la tierra y el agua. Es la dimensión donde los conflictos escalan más rápido y donde la empresa tiene menos información propia, porque la información está en manos de otros.

Qué mirar	Con qué evidencia	Señal de alarma
Empleo y compras locales	Proporción de trabajadores y proveedores del municipio; qué se compra fuera que podría comprarse dentro.	Mandos y proveedores de fuera, mano de obra de dentro.
Agua, tierra y entorno	Uso de agua frente a la disponibilidad local; conflictos por linderos, caminos, fumigaciones, ruido; quejas de vecinos.	Quejas repetidas sin respuesta escrita; un acueducto veredal que comparte fuente con la operación.
Relación con actores	Mapa de actores (alcaldía, juntas de acción comunal, organizaciones, iglesias, consejos comunitarios o resguardos si los hay) y estado de cada relación.	La empresa solo habla con la alcaldía; nadie conoce a la junta de acción comunal.
Historia y conflicto	Qué pasó en ese territorio antes de que la empresa llegara, o con la empresa: desplazamiento, tierra, violencia, acuerdos incumplidos.	Nadie en la gerencia sabe por qué «esa vereda siempre está en contra».
Seguridad y derechos humanos	Esquemas de seguridad, relación con fuerza pública y actores armados, protección de líderes.	Un contratista de seguridad del que no se sabe nada.

Dimensión 4 · Cadena de valor

Contratistas, intermediarios, cooperativas de trabajo, proveedores pequeños, transportadores. Es donde la huella social de la empresa es jurídicamente de otro y reputacionalmente suya. Y es exactamente lo que los compradores internacionales y la regulación europea están empezando a exigir que se conozca.

Qué mirar	Con qué evidencia	Señal de alarma
Tercerización	Qué tareas hacen contratistas, en qué condiciones, con qué contrato, si la empresa lo sabe.	El contratista «se encarga de todo» y la empresa no tiene una lista de sus trabajadores.
Trabajo infantil y forzoso	Edad y documentación en fincas proveedoras y cuadrillas; deudas con intermediarios; retención de documentos.	Temporadas de cosecha que coinciden con ausentismo escolar en la zona.
Proveedores pequeños	Plazos de pago, dependencia, precios, capacidad de responder a los estándares que la empresa exige.	Un proveedor que vive del 90 % de su facturación con la empresa y al que se paga a 90 días.
Trazabilidad	Si la empresa puede decir, para cada lote o servicio, quién lo produjo y en qué condiciones.	No se puede responder un cuestionario de diligencia debida en 90 días.

Cómo usar el marco

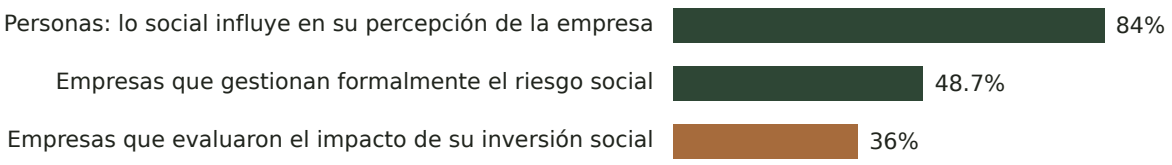
No todas las dimensiones pesan igual en todas las empresas. Una empresa de servicios urbana tendrá casi toda su huella en la dimensión 1 y la 4; una agroindustria en zona rural, en las cuatro. El primer paso de cualquier diagnóstico es decidir, con la empresa, dónde está el peso, y empezar por ahí.

3

Por qué ahora: quién ya está midiendo tu huella

La pregunta no es si la huella social de tu empresa se va a medir. Es quién la va a medir, con qué estándar y si tendrás la información antes que ellos.

El contexto en Colombia



Fuente: Sherlock Communications 2024; RSM Colombia 2025; IISAE 2026 (Jaime Arteaga & Asociados)

Las tres cifras describen una tensión: la sociedad colombiana mira lo social (84 %), casi la mitad de las empresas ya lo gestiona como riesgo (48,7 %), y la mayoría no mide lo que hace (36 % evaluó el impacto de su inversión social). Si eso ocurre con la inversión social voluntaria —que es lo más fácil de medir—, con la huella de la operación ocurre más.

Los que ya miden

Quién	Con qué	Qué pasa si no tienes la información
Compradores internacionales	Cuestionarios de diligencia debida social a proveedores, auditorías sociales, códigos de conducta. Impulsados por la directiva europea de diligencia debida en sostenibilidad (Directiva (UE) 2024/1760, con calendario de aplicación aplazado pero en marcha) y por la presión de sus propios clientes.	Fuera de la cadena antes de competir por precio.
Certificadoras	En el agro, esquemas como Rainforest Alliance, Fairtrade o GlobalG.A.P. con capítulo social: condiciones laborales, trabajo infantil, salud y seguridad, relación con comunidades, canal de quejas.	Pérdida o suspensión de la certificación, y con ella del mercado.
Marcos internacionales	Principios Rectores de la ONU sobre empresas y derechos humanos (2011) y guía de debida diligencia de la OCDE (2018): identificar, prevenir, mitigar y rendir cuentas de los impactos sobre las personas.	Son la referencia que usan todos los anteriores y los tribunales.

Financiadores e inversionistas	Estándares de desempeño social de la banca de desarrollo, criterios ESG de fondos, informes de sostenibilidad bajo GRI.	Financiación más cara o denegada; informe de sostenibilidad que no resiste preguntas.
Sindicatos, comunidades, prensa	Sin estándar: con lo que ven y con lo que la empresa no respondió.	El diagnóstico lo hace otro, en público, y la empresa reacciona.
Autoridades	Inspección laboral, licencias, consultas, procesos por conflictos con comunidades.	Sanciones, suspensiones, y antecedentes que pesan en la siguiente licencia.

Lo que tienen en común

Todos piden lo mismo con palabras distintas: que la empresa conozca sus impactos sobre las personas, que pueda demostrar qué hace para prevenirlos y corregirlos, y que tenga canales para que las personas afectadas hablen y sean escuchadas. Es decir, piden exactamente lo que un diagnóstico de huella social produce. La empresa que lo tiene responde a todos con el mismo material; la que no lo tiene, improvisa una respuesta distinta para cada uno.

> **El riesgo operativo, en cifras propias**
>
> Pregunte a su área financiera cuánto costó el último conflicto laboral o comunitario de la empresa: días de paro o bloqueo, horas de gerencia, abogados, acuerdos, producción perdida, el cliente que se enfrió. Esa cifra es el presupuesto de referencia de un diagnóstico de huella social. En nuestra experiencia, el diagnóstico cuesta siempre menos que un solo conflicto que no se vio venir.

4

Cómo se mide de verdad: tres miradas sobre la misma empresa

Una encuesta de clima no mide la huella social. Un informe de sostenibilidad tampoco. Medirla exige cruzar los datos que la empresa ya tiene con la escucha de quienes viven el impacto, y hacerlo con método.

Mirada analítica: los datos que ya tienes y nunca has cruzado

Toda empresa mediana o grande tiene, repartidos entre nómina, talento humano, seguridad y salud en el trabajo, compras y jurídica, los datos suficientes para una primera foto de su huella en trabajadores y cadena de valor. Lo que no tiene es a alguien que los junte con la pregunta correcta. Rotación cruzada con área y temporada; incapacidades cruzadas con tarea y cuadrilla; salario cruzado con género y cargo; compras cruzadas con municipio del proveedor; quejas cruzadas con su tiempo de respuesta. Esta mirada es rápida (dos a tres semanas), no molesta a nadie, y casi siempre encuentra una o dos cosas que la gerencia no sabía. Es también la que delimita el reto: dice dónde hay que ir a escuchar.

Mirada social: escuchar con método a quienes viven el impacto

Aquí es donde la mayoría de los diagnósticos fallan, por dos razones opuestas. O no escuchan a nadie (se quedan en los datos y en la percepción de la gerencia), o escuchan mal: una encuesta de satisfacción aplicada por el supervisor, un grupo focal con los trabajadores que el jefe eligió, una reunión con la junta de acción comunal en la sala de la empresa. En contextos de desconfianza, y en Colombia muchos territorios lo son, la gente no dice lo que piensa a quien no sabe preguntar.

Escuchar con método significa: entrevistas y conversaciones de grupo diseñadas por quien conoce la investigación social, aplicadas por personas que no dependen de la empresa, en lugares y horarios que la gente elige, con garantías reales de confidencialidad; muestreo que busque deliberadamente a quien no suele hablar (mujeres, temporales, migrantes, contratistas, la vereda que «siempre está en contra»); y lectura de lo que se encuentra teniendo en cuenta el contexto y la historia del territorio. Nuestra experiencia en prácticas restaurativas y educación para la paz en Colombia es exactamente esto: hacer hablar a quien tiene razones para no hacerlo, y leer lo que dice sin ingenuidad ni prejuicio.

Esta mirada responde a la pregunta que ningún dato responde: qué significa para las personas. Y a otra, igual de importante: qué voces faltan. Un diagnóstico que solo escuchó a quienes quisieron hablar no es un diagnóstico; es una encuesta de los contentos.

Automatización con sentido social: hacer en semanas lo que tomaba meses

Un diagnóstico serio produce decenas o cientos de entrevistas, registros de quejas, actas, documentos. Leerlo todo a mano tomaba meses y, en la práctica, no se leía todo. Las herramientas de inteligencia artificial permiten hoy transcribir, anonimizar, ordenar y sintetizar ese material en días, con tres condiciones que no negociamos: la información de las personas se anonimiza antes de pasar por ninguna herramienta externa; toda síntesis automática la contrasta una persona que conoce el proceso y el territorio; y lo que la IA no puede hacer —interpretar el contexto, detectar lo que no se dijo, decidir qué importa— lo hace el equipo. La IA acelera la lectura; no sustituye el juicio.

Lo que entrega un diagnóstico de huella social

- **Un mapa de impactos**, positivos y negativos, por dimensión, con la evidencia que sostiene cada uno: datos, testimonios, documentos.
- **Una priorización** por gravedad para las personas y por capacidad real de la empresa para cambiarlo. No todo es igual de grave ni igual de corregible.
- **Un mapa de actores** del territorio, con el estado de cada relación y quién falta en la conversación.
- **Las voces que faltan**: a quién no se pudo escuchar y por qué, dicho con honestidad, porque también es un hallazgo.
- **Un informe para la gerencia** que se lee en veinte minutos y **una devolución** a quienes participaron, porque un diagnóstico que no vuelve a las personas que lo alimentaron destruye la confianza que costó construir.

5

Del diagnóstico a la acción

Un diagnóstico que termina en un informe es un riesgo documentado: ahora la empresa sabe y no ha hecho nada. Lo que se encuentra hay que poder corregirlo, seguirlo y demostrarlo.

Palancas de cambio

Cuando el diagnóstico encuentra algo que corregir, acompañamos la corrección. Las palancas dependen de lo que se encontró, pero suelen ser pocas y conocidas:

Palanca	Cuándo sirve	Qué cambia
Política y procedimiento	Cuando el problema es de reglas: contratación, horas extra, equidad salarial, relación con contratistas.	Una regla escrita, comunicada y con responsable; y la evidencia de que se cumple.
Canal de quejas que funcione	Casi siempre. El canal existe en el papel y no en la práctica porque nadie confía en él.	Un canal accesible, confidencial, con plazos y respuesta escrita, y con alguien que no es el jefe al otro lado.
Mediación y práctica restaurativa	Cuando hay conflicto activo, laboral o comunitario, con historia y con heridas.	Acuerdos construidos con las partes, no impuestos; seguimiento de los acuerdos.
Formación de mandos medios	Cuando el problema está en cómo tratan los supervisores a la gente, que es donde está en la mayoría de los casos.	Procesos formativos sobre casos reales, no charlas; seguimiento a 30 y 90 días.
Compras y empleo local	Cuando el territorio siente que la empresa se lleva y no deja.	Metas de proveedores y mandos locales, con acompañamiento a proveedores pequeños para que puedan cumplir los estándares.
Relacionamiento territorial	Cuando la empresa solo habla con la alcaldía.	Mapa de actores vivo, espacios de diálogo periódicos con reglas y devolución de resultados a la comunidad.

Seguimiento: a los 6 y 12 meses

Para cada impacto priorizado, entre uno y tres indicadores con línea base (la del diagnóstico) y meta. Se revisan con el equipo a los seis y doce meses, con datos que la propia empresa recoge, y se ajusta lo que no funciona. Esto es lo que convierte el diagnóstico en una serie: al segundo año, la empresa ya no tiene una foto, tiene una tendencia. Y una tendencia es lo que piden una certificadora, un comprador y un informe de sostenibilidad.

De la evidencia a la comunicación

Solo entonces se comunica. El capítulo social del informe de sostenibilidad se escribe con cada cifra referenciada al diagnóstico y al seguimiento. Las respuestas a cuestionarios de diligencia debida salen del mismo material. Y la empresa puede contar lo que hace en lo social con la tranquilidad de que resiste preguntas, porque las preguntas ya se las hizo ella.

6

Un caso, de principio a fin

Caso ilustrativo, construido a partir de situaciones reales de acompañamiento con los datos identificativos modificados. No describe un cliente concreto.

La empresa. Una agroindustria con unos cuatrocientos trabajadores directos y un número incierto de contratistas, en un municipio rural con historia de conflicto armado y desplazamiento, principal empleador formal de la zona. Llega a nosotros por dos cosas a la vez: un comprador europeo le ha enviado un cuestionario de diligencia debida social con plazo de noventa días, y una vereda vecina lleva meses «en contra» sin que la gerencia entienda por qué.

Lo que encontró cada mirada

> **Mirada analítica (tres semanas).** La rotación general era normal, pero en las cuadrillas de una finca concreta triplicaba la media, y coincidía con el supervisor y con las incapacidades. Las mujeres estaban concentradas en empaque, con salario menor y sin ninguna en supervisión. El canal de quejas había recibido cuatro quejas en dos años. El 70 % de las compras se hacía fuera del municipio. La empresa no tenía una lista de los trabajadores de sus tres contratistas.

> **Mirada social (cinco semanas).** Entrevistas y grupos con trabajadores, familias, junta de acción comunal, docentes de la escuela veredal, proveedores locales y los contratistas, aplicadas fuera de la empresa y sin presencia de mandos. Lo que apareció: el supervisor de la finca con rotación alta era temido, y nadie usaba el canal de quejas porque «llega al mismo». La vereda «en contra» tenía una razón concreta que nadie en la gerencia conocía: un acuerdo verbal sobre un camino y el agua, hecho por un gerente anterior hace nueve años, nunca cumplido. Las familias de los trabajadores temporales vivían en alojamientos de un intermediario con descuento de nómina. Y había una buena noticia que la empresa tampoco sabía: la escuela veredal se había mantenido abierta gracias al empleo estable de la zona, y los docentes lo decían sin que se les preguntara.

> **Automatización con sentido social.** Sesenta y cuatro entrevistas transcritas y anonimizadas antes de cualquier análisis; clasificación asistida por IA de los temas; lectura y contraste del equipo. Ocho días de trabajo en lugar de dos meses. Una síntesis automática había agrupado el tema del camino como «infraestructura»; la lectura contextual lo recolocó donde estaba: confianza rota.

Lo que se priorizó

1. **El acuerdo incumplido con la vereda** (gravedad alta, corregible): reconocimiento público de la gerencia, acuerdo escrito con la junta, obra del camino con contratista local, seguimiento trimestral. Coste bajo; efecto inmediato en la relación.
2. **La finca con rotación alta y el canal de quejas** (gravedad alta, corregible): proceso formativo con todos los mandos medios sobre casos reales, cambio de supervisor,

rediseño del canal con una persona externa al otro lado y respuesta escrita en diez días.

3. **Alojamiento de temporales y trabajadores de contratistas** (gravedad alta, parcialmente corregible): lista completa de trabajadores de contratistas como condición de contrato, visita a los alojamientos, fin del descuento de nómina por alojamiento, estándar mínimo escrito.
4. **Equidad de género** (gravedad media, corregible a medio plazo): dos mujeres en supervisión en el primer año, revisión de la escala de empaque, horario compatible con la escuela.
5. **Compras locales** (gravedad baja, oportunidad): meta del 40 % de compras del municipio en dos años, con acompañamiento a cinco proveedores pequeños para cumplir los estándares.

Lo que cambió en doce meses y lo que se pudo demostrar

El cuestionario del comprador europeo se respondió en plazo, con evidencia, y la empresa pasó la auditoría social de seguimiento. La rotación de la finca bajó a la media de la empresa. El canal de quejas recibió treinta y una quejas en un año, veintiocho resueltas en plazo: el indicador subió, y eso era lo que tenía que pasar. La vereda participó en el espacio de diálogo trimestral; el camino se terminó en el mes siete. Dos mujeres supervisan. Las compras locales llegaron al 31 %. Y el capítulo social del informe de sostenibilidad de ese año se escribió en una semana, con cada cifra referenciada, incluido lo que no se había logrado todavía: el alojamiento de temporales seguía por debajo del estándar en uno de los tres contratistas, y se dijo.

> **Lo que este caso enseña**
>
> El problema más grave de la empresa no estaba en ningún dato: estaba en una conversación que nadie había tenido en nueve años. Los datos dijeron dónde mirar; la escucha dijo qué pasaba; la tecnología permitió hacerlo en semanas; y las palancas de cambio convirtieron un diagnóstico en una serie de resultados que la empresa puede demostrar. Ninguna de las cuatro cosas, sola, habría bastado.

7

Veinte preguntas para una gerencia

Si no puede responder más de siete con datos, no conoce la huella social de su empresa: la conocen otros. Las preguntas 4, 8, 12 y 17 son las que más conflictos anticipan.

TRABAJADORES

- ☐ 1. ¿Sabe en qué área, finca o cuadrilla la rotación es más alta, y por qué?
- ☐ 2. ¿Conoce la brecha salarial entre hombres y mujeres por cargo, no solo el promedio?
- ☐ 3. ¿Cuántas quejas recibió el canal de quejas el año pasado y en cuánto tiempo se resolvieron? Si fueron menos de diez, ¿sabe por qué nadie lo usa?
- ☐ 4. ¿Qué supervisor tiene más incapacidades, más rotación y menos quejas formales en su equipo, las tres a la vez?
- ☐ 5. ¿Alguien asciende desde el nivel operativo? ¿Cuántos en los últimos tres años?

FAMILIAS Y ENTORNO

- ☐ 6. ¿Qué proporción de los hogares del municipio depende de un ingreso de la empresa?
- ☐ 7. ¿Sabe dónde y cómo viven sus trabajadores temporales o migrantes, y quién les cobra por ello?
- ☐ 8. ¿Sus turnos permiten a una madre llevar a sus hijos a la escuela?
- ☐ 9. ¿Qué pasa con esos hogares en temporada baja?

COMUNIDAD Y TERRITORIO

- ☐ 10. ¿Puede nombrar al presidente de la junta de acción comunal de cada vereda donde opera, y cuándo habló con él o ella por última vez?
- ☐ 11. ¿Qué proporción de sus compras y de sus mandos medios es del municipio?
- ☐ 12. ¿Existe algún acuerdo, escrito o verbal, hecho por una gerencia anterior con una comunidad, y se cumplió?
- ☐ 13. ¿Sabe qué pasó en ese territorio antes de que la empresa llegara, y qué papel tuvo la empresa, si lo tuvo?
- ☐ 14. ¿Comparte una fuente de agua con un acueducto veredal? ¿Qué dicen ellos de eso?
- ☐ 15. ¿Qué sabe de su contratista de seguridad y de su relación con la fuerza pública y con la comunidad?

CADENA DE VALOR

- ☐ 16. ¿Tiene la lista de los trabajadores de sus contratistas, con contrato y afiliación?
- ☐ 17. ¿Puede garantizar que en las fincas o talleres de sus proveedores no trabajan menores en temporada de cosecha?
- ☐ 18. ¿A cuántos días paga a sus proveedores pequeños, y cuántos de ellos dependen de usted en más del 50 %?
- ☐ 19. ¿Podría responder en 90 días un cuestionario de diligencia debida social de un cliente internacional, con evidencia?
- ☐ 20. ¿Comunica su desempeño social después de verificarlo, o verifica después de comunicarlo?

8

Cómo trabajamos, qué requiere y por dónde empezar

Combinamos tres miradas sobre cada proceso: la analítica (qué dicen los datos), la social (qué significa para las personas y el territorio) y la automatización con sentido social (qué puede hacerse más rápido sin perder rigor ni cuidado).

Momento	Qué hacemos	Qué requiere de la empresa
Comprender y diagnosticar 6–10 semanas según tamaño y territorios	Delimitación con la gerencia de las dimensiones con más peso; mirada analítica sobre los datos existentes; escucha con método a trabajadores, familias, comunidad y cadena de valor; sistematización asistida por IA con anonimización; mapa de impactos priorizado; devolución a la gerencia y a quienes participaron.	Acceso a los datos de nómina, SST, compras y quejas bajo confidencialidad; libertad para entrevistar sin presencia de mandos; entre dos y cuatro horas de las personas clave; compromiso de devolver resultados.
Diseñar mejoras con el equipo ciclos cortos	Palancas de cambio priorizadas con responsables y plazos; rediseño de canal de quejas; mediación donde haya conflicto; formación de mandos medios sobre casos reales; acuerdos con comunidad; estándares para contratistas.	Un responsable interno por palanca; decisión de la gerencia sobre lo que se va a corregir y lo que no, dicho con claridad.
Dar seguimiento, aprender y ajustar 6 y 12 meses	Indicadores con línea base y meta; revisión conjunta de los datos; ajuste; conversión de la evidencia en capítulo social, respuestas a certificadoras y compradores.	Recoger los pocos datos acordados; dos sesiones de medio día al año.

Lo que no hacemos

No certificamos ni emitimos opinión legal: trabajamos junto al equipo jurídico y a las certificadoras, no en su lugar. No sustituimos al equipo de comunicación de crisis si la crisis ya estalló: lo acompañamos con la lectura social. Y no escribimos informes de sostenibilidad sobre lo que no se ha verificado.

Por dónde empezar, según su situación

- **Si le llegó un cuestionario de diligencia debida o una auditoría social:** empezamos en 48 horas por la cadena de valor y los trabajadores, que es lo que preguntan, y lo convertimos en el primer paso del diagnóstico completo.
- **Si tiene un conflicto laboral o comunitario activo:** análisis de situación y acompañamiento de la interlocución primero; el diagnóstico después, cuando haya espacio para escuchar.
- **Si quiere saber dónde está antes de que alguien se lo diga:** un diagnóstico de huella social completo, empezando por las dimensiones con más peso en su operación.
- **Si no sabe por dónde empezar:** las veinte preguntas de la sección 7 y una conversación de 20 minutos. Nos cuenta qué le preocupa y le decimos con qué empezaríamos. Sin propuesta genérica.

> **Una conversación de 20 minutos basta para saber si esto le sirve**
>
> huellasocial.co/contacto · info@huellasocial.co

9

Fuentes y límites de este informe

Qué es este informe. Una propuesta de marco y de método para comprender y medir la huella social de una empresa, construida a partir de los marcos internacionales citados, de datos públicos de terceros y de la experiencia de su autora en investigación social aplicada, prácticas restaurativas y fortalecimiento organizacional en Colombia. No es un estudio con trabajo de campo propio sobre empresas colombianas; las cifras pertenecen a las fuentes citadas y el caso de la sección 6 es ilustrativo, construido a partir de situaciones reales con los datos identificativos modificados.

Límites. El marco de cuatro dimensiones es una herramienta de trabajo, no un estándar: se ha diseñado para ser compatible con los Principios Rectores de la ONU, la guía de la OCDE, los estándares GRI y los esquemas de certificación del agro, pero cada uno de ellos tiene sus propios requisitos, que conviene consultar en la fuente. Las cifras sobre percepción, gestión del riesgo y evaluación de impacto provienen de encuestas con muestras y metodologías propias; el 36 % del IISAE corresponde a empresas que participan voluntariamente en la medición y no es extrapolable al conjunto del tejido empresarial.

Fuentes

- Naciones Unidas (2011). *Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos*. ohchr.org
- OCDE (2018). *Guía de la OCDE de debida diligencia para una conducta empresarial responsable*. oecd.org
- Unión Europea (2024). Directiva (UE) 2024/1760 sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad. eur-lex.europa.eu
- Global Reporting Initiative. *Estándares GRI*, en particular los estándares sociales (serie 400). globalreporting.org
- Rainforest Alliance, Fairtrade International y GlobalG.A.P.: requisitos sociales de sus estándares de certificación vigentes.
- Jaime Arteaga & Asociados (2026). *Índice de Inversión Social y Ambiental Empresarial (IISAE) 2026*.
- Sherlock Communications (2024). *Reporte de Responsabilidad Social Corporativa en Latinoamérica*.
- RSM Colombia (2025). *Latin America ESG Landscape*.
- Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad (2022). *Informe Final*, en particular las recomendaciones relativas a empresas y territorios. comisiondelaverdad.co
- Congreso de la República de Colombia. Ley 1581 de 2012 y Decreto 1377 de 2013 (protección de datos personales).

HuellaSocial

Adriana González Perdomo es socióloga y magíster en Sociología, con estudios en Investigación Social Interdisciplinar. Ha trabajado con Foro Nacional por Colombia, el PNUD, la OIM y el Ministerio de Educación Nacional; coordinó el componente de formación de la Alianza Educapaz (Pontificia Universidad Javeriana Cali) y es coautora de *Justicia transicional desde abajo: una mirada integral de la experiencia colombiana*. Es fundadora de HuellaSocial.

HuellaSocial acompaña a empresas, fundaciones, financiadores y organizaciones sociales en Colombia a comprender sus procesos y su huella en las personas, organizar el conocimiento y usar datos e inteligencia artificial con sentido social. huellasocial.co · info@huellasocial.co

Este informe es de libre distribución citando la fuente: González Perdomo, A. (2026). *La huella social de la empresa*. HuellaSocial.