

# Empresas e Infancia 2020

Construcción de una agenda  
común para promover y respetar  
los derechos de los niños, niñas  
y adolescentes



# Empresas e Infancia 2020

Construcción de una agenda  
común para promover y respetar  
los derechos de los niños, niñas  
y adolescentes

© Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

## **Empresas e Infancia 2020**

***El informe define las prioridades de UNICEF en temas de infancia y adolescencia en Argentina y orienta e invita al sector privado a contribuir al logro de los objetivos planteados en la agenda hacia 2020.***

Se autoriza la reproducción total o parcial de los textos aquí publicados, siempre y cuando no sean alterados, se asignen los créditos correspondientes y no sean utilizados con fines comerciales.

Dirección: **Martín Giménez-Rébora**

Coordinación de contenidos: **Pablo Ferreyra**

Autoría: **Mariana Ahualli y Fernanda Potenza**

Edición y corrección: **Mercedes Eisele y Brenda Giacometti**

Diseño y diagramación: **Paula Galli**

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)

**buenosaires@unicef.org**

**www.unicef.org.ar**

# Índice

**Introducción** 5

**Acerca de UNICEF** 6

**Trabajando “PUERTAS ADENTRO” y “PUERTAS AFUERA” de la empresa** 9

**Empresa “PUERTAS ADENTRO”** 13

1. Embarazo y parto
2. Maternidad, Paternidad y Lactancia
3. Cuidado y Crianza
4. Educación básica
5. Protección integral de los adolescentes
6. Preparación para la vida adulta

**Empresa “PUERTAS AFUERA”** 37

1. Productos y servicios adecuados y seguros
2. Comunicaciones, publicidad y marketing responsable
3. Inversión social privada en infancia
4. Articulación público–privada por la infancia

**Anexo I** 55

**Anexo II** 63

**Embarazo y parto** 63

**Maternidad, paternidad y lactancia** 63

**Cuidado y crianza** 64

**Educación básica** 65

**Protección integral adolescente** 66

**Preparación para la vida adulta** 66

**Productos y servicios seguros** 67

**Marketing y publicidad adecuada** 68

**Inversión Social Privada** 69

**Articulación Público-Privada** 69

**Referencias Bibliográficas** 71

the  $\mathbb{R}^n$  is a linear space over  $\mathbb{R}$  with the usual addition and scalar multiplication. The inner product is defined by

$$(x, y) = \sum_{i=1}^n x_i y_i \quad (1)$$

where  $x = (x_1, \dots, x_n)$  and  $y = (y_1, \dots, y_n)$  are vectors in  $\mathbb{R}^n$ . The norm of a vector  $x$  is defined by

$$\|x\| = \sqrt{(x, x)} = \sqrt{\sum_{i=1}^n x_i^2} \quad (2)$$

The distance between two vectors  $x$  and  $y$  is defined by

$$d(x, y) = \|x - y\| = \sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - y_i)^2} \quad (3)$$

The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = 1$  is called the unit sphere. The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| \leq 1$  is called the unit ball.

The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = r$  is called the sphere of radius  $r$ . The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| \leq r$  is called the ball of radius  $r$ .

The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = 0$  is called the origin. The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = \infty$  is called the infinity norm.

The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = 1$  is called the unit sphere. The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| \leq 1$  is called the unit ball.

The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = r$  is called the sphere of radius  $r$ . The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| \leq r$  is called the ball of radius  $r$ .

The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = 0$  is called the origin. The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = \infty$  is called the infinity norm.

The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = 1$  is called the unit sphere. The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| \leq 1$  is called the unit ball.

The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = r$  is called the sphere of radius  $r$ . The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| \leq r$  is called the ball of radius  $r$ .

The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = 0$  is called the origin. The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = \infty$  is called the infinity norm.

The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = 1$  is called the unit sphere. The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| \leq 1$  is called the unit ball.

The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = r$  is called the sphere of radius  $r$ . The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| \leq r$  is called the ball of radius  $r$ .

The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = 0$  is called the origin. The set of all vectors  $x$  in  $\mathbb{R}^n$  such that  $\|x\| = \infty$  is called the infinity norm.

En los últimos años las empresas han sido reconocidas de manera creciente como un actor clave, junto con gobiernos y organizaciones sociales, para lograr un desarrollo sostenible.

Este marco ha puesto de manifiesto las conexiones entre el Sector Privado y los Derechos Humanos, como un eje central para pensar los desafíos sociales y económicos actuales y futuros.

Aunque pueda resultar evidente que los niños, niñas y adolescentes se encuentran entre los miembros más vulnerables de la sociedad, entendemos que la perspectiva de los Derechos del Niño en el accionar de las empresas debe hacerse aún más explícita.

Si bien hay ámbitos que el Sector Privado reconoce como propios, como la erradicación del trabajo infantil, es mucho lo que queda por hacer, tanto sea por la necesidad de tener un mejor entendimiento del impacto de las empresas en la infancia, como por el abanico de formas en que ellas afectan los derechos de los chicos y su bienestar.

En 2016 UNICEF en la Argentina ha comenzado un nuevo ciclo de cooperación con las prioridades del país en temas de niñez y adolescencia. Este trabajo se da en el marco de contextos cambiantes, tanto en el plano local como internacional. Son tiempos desafiantes para quienes nos proponemos el efectivo cumplimiento de los derechos de los niños. Y en estos desafíos creemos encontrar la oportunidad para que las empresas incorporen el eje de infancia, en el marco de la agenda del desarrollo sostenible.

Por ello, en las próximas páginas encontrarán un análisis de situación, propuestas y herramientas para orientar las prioridades del trabajo empresarial "puertas adentro" y "hacia el afuera" en relación a los derechos de los chicos y alinearlas a las prioridades de trabajo de UNICEF y sus aliados en la Argentina.

## Acerca de UNICEF

### El comienzo

**UNICEF** se creó en 1946 mediante la decisión unánime de la Primera Sesión de la Asamblea General de las Naciones Unidas, para proporcionar socorro a millones de niños y niñas <sup>1</sup> de la Europa de la Posguerra, Oriente Medio y China víctimas de la Segunda Guerra Mundial. Recién en 1985 comenzó a trabajar en la Argentina.

En sus primeros 70 años de vida, **UNICEF** no sólo continuó atendiendo las necesidades urgentes de los niños en situación de emergencia, sino también acompañó los esfuerzos de los gobiernos de todo el mundo por garantizar el efectivo cumplimiento de los Derechos de los niños, niñas y adolescentes.

Los Derechos de los niños, niñas y adolescentes están contenidos en la Convención sobre los Derechos del Niño (CDN), y **UNICEF**, por designio de las Naciones Unidas, es el organismo encargado de velar por su protección y promoción.

Quienes forman parte de **UNICEF** asumen la responsabilidad de mejorar las condiciones de vida y garantizar los Derechos de todos los niños, en cualquier lugar, siempre.

### Cómo trabajamos

**UNICEF** define sus programas de país (CPD) a partir del diagnóstico de situación de cada territorio, el cual atiende las necesidades de cooperación de los Gobiernos y es el resultado de consultas con distintos actores sociales: sociedad civil, academia, sector privado. Este proceso permite identificar las prioridades para la infancia a partir de los contextos locales. Las metas de **UNICEF** pretenden lograr que los niños crezcan sanos, aprendan, hagan oír sus voces y desarrollen plenamente todo su potencial. Es por ello que la cooperación de UNICEF se basa en la articulación y desarrollo de redes con múltiples actores.

---

<sup>1</sup> Para agilizar la lectura y sin perjuicio de la perspectiva de género, en aquellos casos en que se utilicen en este documento los términos “niño” y “niños” se hace referencia a niños, niñas y adolescentes.



## **En la Argentina**

**UNICEF** trabaja en el país brindando cooperación técnica al Estado Nacional, los gobiernos provinciales y a la sociedad argentina en diferentes áreas vinculadas al bienestar de la infancia y la adolescencia: SALUD, EDUCACIÓN, PROTECCIÓN DE DERECHOS, COMUNICACIÓN, e INCLUSIÓN SOCIAL Y MONITOREO.

**Cinco características hacen de UNICEF un aliado clave para comprometerse con la infancia:**

- 1. Análisis de situación de prioridades de la infancia y adolescencia actualizado y disponible para la toma de decisiones.**
- 2. Alcance e impacto de sus programas.**
- 3. Trabajo en alianza y poder de convocatoria.**
- 4. Conocimiento técnico sobre Infancia y Adolescencia.**
- 5. Innovación y enfoque en resultados.**

**UNICEF** coopera con los esfuerzos de los países en el desarrollo y en la articulación de políticas públicas que garanticen el efectivo cumplimiento de los Derechos del Niño. Esto requiere estrategias de intervención basadas en un enfoque de derechos y de equidad, que no sólo logren resultados a gran escala, sino que también permitan llegar ampliamente a los niños y niñas del país, sobre todo a aquellos más excluidos.



# Trabajando “Puertas Adentro” y “Puertas Afuera” de la Empresa

La mayoría de las empresas –sin importar su tamaño o actividad– impactan de manera positiva o no en la vida de los chicos y adolescentes. Esto hace que, a pesar de ser el Estado el garante principal de sus Derechos, el Sector Privado deba asumir su responsabilidad por los efectos que su accionar pudiera tener en los niños.

Elegimos agrupar las formas en que una empresa incide en la vida de los chicos bajo dos categorías:

## **1. Accionar de la empresa “Puertas Adentro”:**

se refiere a aquellos aspectos relacionados con su público interno.

### **TEMA**

\_ **EMBARAZO Y PARTO**

\_ **MATERNIDAD, PATERNIDAD Y LACTANCIA**

\_ **CUIDADO Y CRIANZA**

\_ **EDUCACIÓN BÁSICA**

\_ **PROTECCIÓN INTEGRAL DE LOS ADOLESCENTES**

\_ **PREPARACIÓN PARA LA VIDA ADULTA**

En este ámbito, los desafíos frente a los cuales el accionar de la empresa puede contribuir están asociados a cuestiones clave dentro del ciclo de vida. El gráfico que se presenta a continuación muestra aquellos temas de especial relevancia para cada etapa en el crecimiento y desarrollo de los niños, niñas y adolescentes. Algunas cuestiones son propias de cada momento. Por ejemplo, la promoción de la estimulación temprana cobra relevancia para los niños y niñas menores de 3 años. Sin embargo, otras cuestiones son transversales y adquieren importancia para diferentes grupos de edad. Es el caso, por ejemplo, de la promoción de prácticas de alimentación saludable, cuya relevancia es central para quienes tienen entre 4 a 12 años, pero también se extiende a los niños y niñas menores de esa edad, y a los adolescentes mayores. Las flechas del gráfico contribuyen a identificar este tipo de problemáticas transversales.

## **2. Accionar de la empresa “Puertas Afuera”:**

agrupa aquellos aspectos relacionados con los sistemas de intercambio entre la empresa y su entorno, entre los cuales se encuentra lo referido a las características de los productos y servicios que ofrece, de sus comunicaciones, de la inversión de sus recursos financieros y del uso de sus capacidades estratégicas y políticas.

### **TEMA**

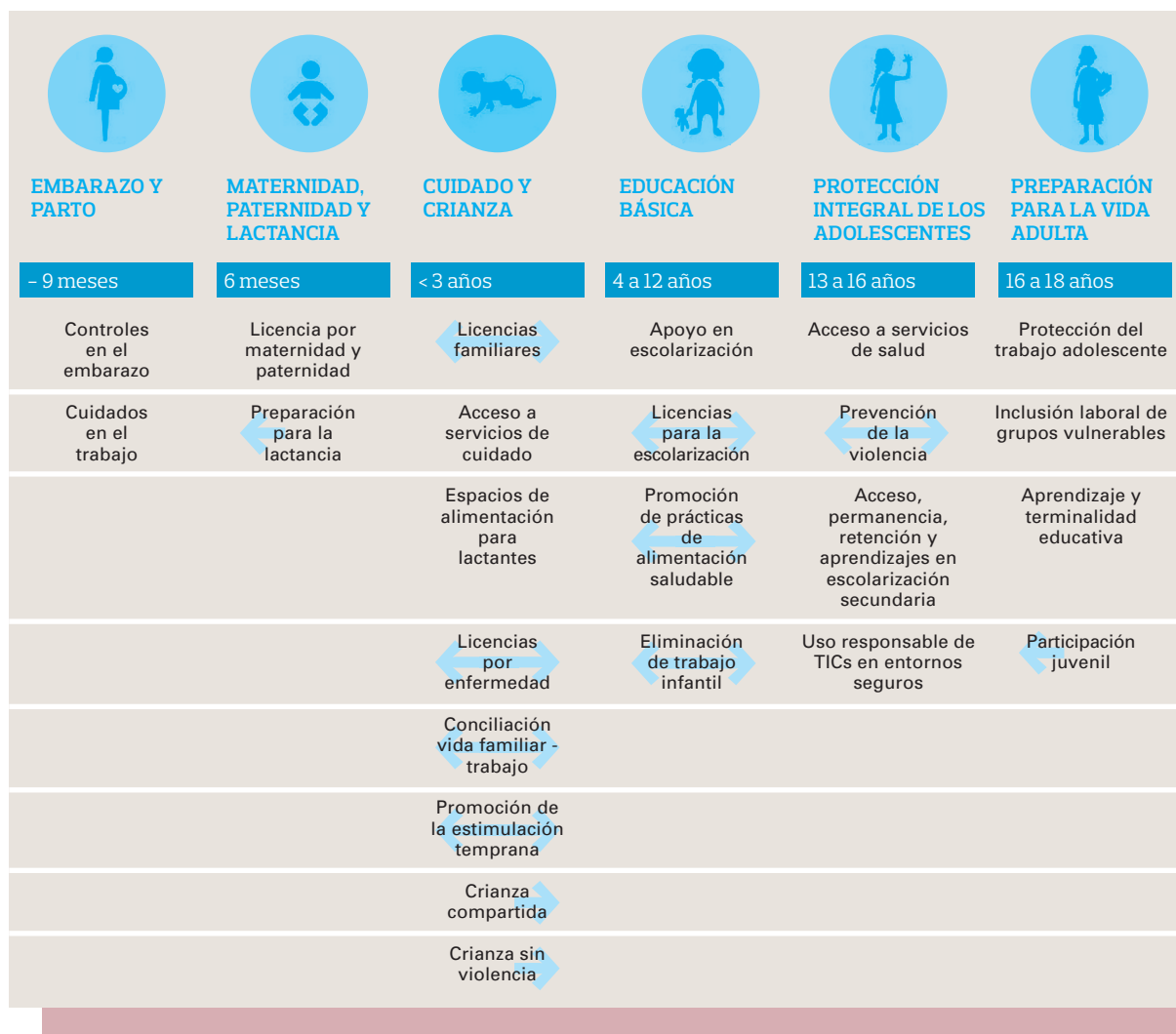
\_ **PRODUCTOS Y SERVICIOS ADECUADOS**

\_ **COMUNICACIONES, PUBLICIDAD Y MARKETING RESPONSABLES**

\_ **INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA EN INFANCIA**

\_ **ARTICULACIÓN PÚBLICO - PRIVADA POR LA INFANCIA**

Para las empresas, respetar y promover los derechos de los niños no sólo implica su compromiso para prevenir posibles daños, sino también para promocionar en forma activa sus intereses. Las iniciativas orientadas a apoyar a los trabajadores en su papel como padres, madres y cuidadores y fomentar el empleo de los jóvenes pueden representar un valioso diferencial con respecto a otras compañías, contribuyendo a la contratación de mejores empleados y la motivación del personal. Asimismo, los esfuerzos orientados a incorporar los derechos de los niños dentro de sus estrategias y operaciones esenciales pueden contribuir no solamente a respetar leyes y normativas relacionadas con los niños y adolescentes, sino también ayudar a las empresas a mejorar su reputación y su gestión de riesgos, asegurándoles una “licencia social para operar”.





# Empresa “Puertas Adentro”

Una de las formas en que toda empresa puede respetar y apoyar los derechos del niño consiste en preguntarse de qué manera sus distintas áreas de gestión impactan en la infancia.

Si consideramos a la compañía “puertas adentro”, toda organización (cualquiera sea su tamaño o sector de la economía) tiene una vinculación directa con los niños, en especial con las hijas e hijos de sus empleados. Acompañar a las familias de los empleados en su bienestar y desarrollo es una buena oportunidad para incluir los derechos del niño como un eje de trabajo primordial al interior de las empresas. Algunas posibilidades para lograr esto son las iniciativas de apoyo a los trabajadores en temas de crianza; la erradicación del trabajo infantil (tanto en la propia empresa como entre sus proveedores y clientes) y el fomento al empleo joven.

A continuación planteamos diferentes iniciativas en relación con temáticas relevantes.

# 1. Embarazo y parto

**DESAFIO:** ¿Cómo garantizar que tanto las mujeres embarazadas, como luego ellas y sus hijos recién nacidos, gocen de buena salud y reciban la atención requerida?

Durante el embarazo, es importante que las mujeres accedan a una serie de cuidados e intervenciones que pueden ser vitales para su salud y bienestar, así como también para minimizar los riesgos que pueden afectar la de su hijo o hija. La prevención y el tratamiento de la anemia, por ejemplo, así como el tratamiento de las enfermedades de transmisión sexual, pueden mejorar significativamente el desarrollo fetal y la salud materna. Resultados adversos, como el bajo peso al nacer, pueden reducirse a través de una combinación de intervenciones para mejorar el estado nutricional de las mujeres y prevenir infecciones durante el embarazo.

## ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

\* De los 750.000 nacidos vivos en Argentina, aproximadamente 55.000 corresponden a nacimientos prematuros. La prematuridad se puede prevenir, en muchos casos, por medio del control del embarazo.

\* El 87,3% de las madres residentes en zonas urbanas del país recibió atención prenatal por lo menos cinco veces durante su embarazo. Si se considera el parámetro de cuatro visitas mínimas de la Organización Mundial de la Salud (OMS), la proporción asciende al 89,8%. Sin embargo, se observan diferencias según regiones del país y nivel socio-económico de la población (SENAF y UNICEF; 2014: 158).

***Al cumplir las disposiciones vigentes en la normativa sobre licencias y ofrecer permisos adicionales durante el embarazo y el primer año de vida del bebé, las empresas contribuyen no sólo al respeto y promoción de los derechos del niño sino también al cuidado de la salud de sus empleadas.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

\* Realizar campañas de concientización/difusión entre los empleados acerca de los derechos garantizados por ley.

\* Ofrecer materiales informativos a los futuros padres y madres sobre temas como controles durante el embarazo, preparación para el parto y/o cuidados del recién nacido.



- \* Promover la realización de los controles durante el embarazo de las empleadas, brindando flexibilidad en el horario laboral.
- \* Promover permisos para que los padres puedan acompañar en la realización de controles durante el embarazo brindando flexibilidad en el horario laboral.
- \* En aquellos casos en que se trata de población en condición de mayor vulnerabilidad, se puede hacer un acompañamiento más personalizado y facilitar sus controles. Realizar un diagnóstico de las tareas/actividades que realizan las mujeres y que podrían suponer un riesgo durante el embarazo. Desarrollar una política de cuidado especial para estos casos.

## 2. Maternidad, Paternidad y Lactancia

### **DESAFIO:** ¿Cómo acompañar, a los padres y madres para garantizar el cuidado de los niños y niñas durante los primeros meses de vida?

La primera infancia es un período clave en el desarrollo en la vida de una persona. Durante este período se construyen las bases del futuro de cada niño, de su salud, bienestar y educación.

Las familias deben contar con tiempo para cuidar a sus hijos e hijas en esta etapa. Los instrumentos internacionales y las leyes nacionales reconocen el derecho tanto a cuidar como a ser cuidado. Sin embargo, el ejercicio de este derecho depende, en gran medida, de las oportunidades que brindan las políticas públicas.

En Argentina, la Ley de Contrato de Trabajo (el régimen más extendido y aplicado al empleo privado a nivel nacional) establece 90 días de licencia por maternidad con goce de sueldo y dos descansos diarios de media hora para lactancia durante el primer año de vida del bebé, además de sólo 2 días de licencia por paternidad. Sin embargo, de acuerdo con los parámetros de la Organización Internacional del Trabajo (Convenio 183), el estándar mínimo de licencia por maternidad es de 14 semanas (98 días) y el recomendado es de

18 semanas (Recomendación 191). Además, sólo la mitad de los trabajadores tienen licencia por maternidad o paternidad, ya que están restringidas a los trabajadores formales en relación de dependencia. Pero incluso para quienes gozan de estas licencias, su duración es corta y variada.

Esta situación es, además de injusta, insostenible y llama a una reconfiguración de la organización social del cuidado.

### **¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?**

- \* Las licencias por maternidad no llegan a los 98 días establecidos por la Organización Internacional del Trabajo en el Convenio 183 (UNICEF; 2016b: 12). Sólo el 63% de las compañías ofrece licencias por maternidad de 90 días (EXI; 2012: 31).
- \* El 32% de las empresas no brinda licencias por maternidad por un tiempo mayor cuando el hijo nace con Síndrome de Down, según lo estipula la legislación (EXI; 2012: 31). Además, la normativa no contempla otros casos de discapacidad.
- \* La duración de las licencias por paternidad varía entre 2 y 30 días, según el régimen de contratación. Aquellas establecidas en la Ley de Contrato de Trabajo (2 días corridos) son las más cortas de América del Sur (CIPPEC; 2016). Mientras que el 11% de las empresas no ofrece este tipo de licencias, el 82% da licencias extendidas, mayores a lo que exige la legislación (EXI; 2012: 32).

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Respetar la ley sobre licencias para padres y madres, y promover internamente su ampliación para empleados.
- \* Garantizar la cantidad de días de licencia dispuestos en la normativa y otros derechos asociados a la maternidad, como la hora de lactancia durante el primer año de vida del bebé.
- \* Garantizar que no exista discriminación alguna en el acceso a derechos y beneficios, basados en la composición familiar (familias monoparentales, parejas del mismo sexo, padres adoptantes o cualquier otro).
- \* Ampliar las licencias específicas en casos como:
  - padres adoptivos (que contemple visitas al niño o adolescente que se pretende adoptar, días para trámites previos, y licencia a partir de la notificación judicial que otorga la guarda con fines de adopción).
  - bebés prematuros.
  - niños con discapacidad (más allá del Síndrome de Down contemplado por ley).
  - parto de riesgo.
  - técnicas de fertilización asistida para la madre o para el cuidado de cónyuge sometido a técnicas de fertilización asistida.
  - nacimientos múltiples.
- \* Brindar protección contra el despido de padres<sup>2</sup> y de padres adoptantes durante el trámite judicial para la obtención de la guarda.
- \* Ante cualquier iniciativa propuesta, incorporar una mirada de género. Muchas veces las políticas, incluso las propuestas en nuestra legislación, contienen sesgos que refuerzan inequidades en la distribución de roles dentro del hogar en lugar de lograr mayor equidad de género.
- \* Promover campañas de sensibilización sobre la importancia de repartir equitativamente la división de tareas al interior del hogar.

### **DESAFIO:** ¿Cómo estimular y garantizar que las madres trabajadoras alimenten a sus bebés con su leche materna en forma exclusiva hasta los 6 meses y de manera complementaria hasta los 2 años?

Alimentar un niño con leche materna reduce sus probabilidades de contraer infecciones, alergias y padecer desnutrición. La lactancia materna establece un fuerte vínculo afectivo entre el hijo y la madre. También, aumenta los niveles de productividad y rendimiento en el trabajo, al reducir las tasas de ausentismo y el estrés por motivos de enfermedades de los hijos.

Tanto UNICEF como la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomiendan la lactancia materna de manera exclusiva durante los primeros seis meses y en forma complementaria hasta los dos años. También, propician que la lactancia se inicie durante la primera hora de vida.

---

<sup>2</sup> En aquellos casos en que se utilicen en este documento los términos “padre” y “padres”, se hace referencia a padres y madres indistintamente y sin perjuicio de la perspectiva de género

## ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

\* Aproximadamente el 33% de los menores de 6 meses de edad reciben lactancia materna exclusiva, un nivel considerablemente inferior a lo recomendado. Al inicio del sexto mes, el porcentaje de niños amamantados en forma exclusiva está por debajo del 20% (SENAF y UNICEF; 2014: 37/38).

\* Sólo alrededor del 26% de los niños recibe leche materna a los 2 años de edad (SENAF y UNICEF; 2014: 38).

\* La legislación vinculada a la protección de los derechos de la madre y el recién nacido se cumple de manera laxa y en muchos casos se incumple. Cerca de la mitad de las empresas no ofrece la hora de lactancia diaria hasta el año de nacimiento. De ellas, el 26% lo ofrece sólo hasta los 6 meses, mientras que el 23% no lo ofrece ni siquiera durante ese período (EXI; 2012: 33).

***Al cumplir las disposiciones vigentes en la normativa, generar mecanismos flexibles de regreso al trabajo y ofrecer espacios físicos que ayuden a la promoción de la lactancia materna, las empresas contribuyen a la salud de los niños, a la vez que reducen el estrés de las propias empleadas, y facilitan el ejercicio del derecho a la salud.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Respetar la hora de lactancia durante el primer año de vida del bebé.
- \* Realizar campañas de sensibilización/difusión entre los empleados sobre los beneficios de la lactancia para el bebé y la madre, y los derechos asegurados por las leyes sobre este tema. Para esto, por ejemplo, se puede entregar un kit a cada madre o padre de niño por nacer con diferentes materiales.
- \* En ocasiones especiales (por ejemplo, la semana de la lactancia materna), desarrollar una campaña de comunicación interna, de carácter más general.
- \* Como parte de los regalos por nacimiento, incluir la consulta con una puericultora.
- \* Generar mecanismos de regreso paulatino al trabajo, en plazos más flexibles que aquellos establecidos por la ley.
- \* Generar espacios físicos adecuados (Espacios Amigos de la Lactancia o lactarios) para promover la lactancia entre las madres que regresen al trabajo al finalizar la licencia.
- \* Facilitar el acceso a espacios de cuidado para hijos de empleados que se encuentren cerca del lugar de trabajo con el fin de facilitar la lactancia.

**Los lactarios son ambientes especialmente acondicionados para que las madres trabajadoras puedan extraer su leche materna durante el horario de trabajo. Es importante que un lactario cuente con, al menos, lo siguiente:**

- Cortinas, persianas, biombos o separadores de ambientes que otorguen la privacidad necesaria.
- Un lavamanos y productos para garantizar la higiene durante la extracción de la leche.
- Un refrigerador que sea utilizado exclusivamente para la conservación de la leche.
- Sillas o sillones, mesas, papel toalla y elementos necesarios para la comodidad de la madre.
- Estar situado en un lugar accesible, dentro del edificio.

### **¿Sabías que...?**

Una investigación realizada en Estados Unidos (USBC; 2002) confirma la importancia de la lactancia materna tanto para la salud óptima de los niños y sus madres, así como también para el bienestar y la economía de la sociedad en su conjunto.

- Las aseguradoras privadas y el gobierno pagan un mínimo de 3.600 millones de dólares cada año por el tratamiento de enfermedades y condiciones que podrían ser prevenibles gracias a la lactancia materna.
- El gasto que afrontan las familias por compra de leche puede ascender a 1.200 – 1.500 dólares o más para el primer año del bebé.
- Para los empleadores, la alimentación sin lactancia materna resulta en reducción de la productividad y días de trabajo perdidos por el cuidado de niños enfermos.

## 3. Cuidado y Crianza

### **DESAFIO:** ¿Cómo garantizar que los empleados padres y madres cuenten con tiempo suficiente para acompañar la crianza de sus hijos?

Las necesidades de cuidado de los niños y niñas no se agotan en los primeros meses de vida. Al retornar al trabajo luego de las breves licencias por maternidad y paternidad actualmente existentes, y frente a la ausencia de servicios de cuidado para los niños que resulten adecuados y accesibles, las familias deben implementar otras estrategias que les permitan compatibilizar las obligaciones del trabajo con las necesidades familiares. Por lo general, reparten tareas entre sus miembros (generalmente delegando tareas hacia las mujeres), recurren a las redes comunitarias, establecimientos privados o contratan personal para realizar las tareas de cuidado. Esta situación sobrecarga a las mujeres, quienes llevan adelante principalmente las tareas de cuidado, afrontando una “doble jornada” de trabajo que limita sus posibilidades de inserción en el mercado laboral formal y de formación. Además, en muchos casos, los niños son dejados solos o con otro niño menor de 10 años, lo cual se considera un cuidado inadecuado.

Las licencias familiares (días, medias jornadas u horas laborables que los trabajadores pueden tomarse ante la aparición de necesidades de cuidado específicas, como la enfermedad de un hijo, la adaptación escolar, reuniones y eventos escolares) ofrecen salida a algunas de estas situaciones, a la vez que procuran reducir la discriminación de género existente en el mercado laboral.

### **¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?**

- \* Las licencias familiares son prácticamente inexistentes en la legislación argentina: sólo se encuentran reconocidas para los empleados públicos en Tierra del Fuego (CIPPEC; 2016) y en algunos convenios laborales específicos.
- \* Las licencias familiares, parentales o de crianza pueden ser utilizadas por la madre, el padre o alguna otra persona autorizada para atender las necesidades de cuidado y crianza durante el período posterior a la licencia por maternidad o paternidad.
- \* Las empresas tienen la oportunidad de contribuir significativamente al cuidado adecuado de los niños, flexibilizando modalidades de trabajo y otorgando permisos que hagan posible una mejor compatibilidad entre la vida laboral y familiar de sus empleados.

***Al ofrecer licencias adicionales, las empresas contribuyen a que los padres y las madres cuenten con tiempo suficiente para acompañar la crianza de sus hijos. Esto redundará en una mayor compatibilidad entre las obligaciones laborales y familiares de sus empleados, lo que puede contribuir a un mejor clima laboral y generar un incentivo adicional al momento de incorporar nuevos colaboradores.***

***Al fomentar el cuidado compartido, las empresas contribuyen a mejorar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y a impulsar la promoción profesional de ellas.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Ofrecer licencias familiares que promuevan la igualdad de género en el hogar y en el trabajo. Incluir medidas orientadas a favorecer la conciliación entre la vida laboral y la vida familiar como por ejemplo: horarios flexibles, regreso en forma escalonada luego de las licencias, posibilidad de home office, limitación de emails durante los fines de semana, inhabilitación de emails durante los períodos de vacaciones, entre otras.
- \* Incorporar licencias por cuidado de familiar enfermo y una cantidad de horas al año para la adaptación escolar, asistencia a reuniones organizadas por el establecimiento educativo, controles de salud de niños a cargo.
- \* Ante cualquier iniciativa propuesta, incorporar una mirada de género. Muchas veces las políticas, incluso las propuestas en nuestra legislación, contienen sesgos que refuerzan inequidades en la distribución de roles dentro del hogar en lugar de lograr mayor equidad de género.
- \* Promover campañas de sensibilización sobre la importancia de repartir equitativamente la división de tareas al interior del hogar.

## **DESAFIO:** ¿Cómo asegurar que los hijos de sus empleados estén adecuadamente cuidados y estimulados?

Pensar en cuidados y estimulación adecuada para los niños implica contemplar varias dimensiones como la supervivencia, el crecimiento, el desarrollo cognitivo, social, físico y afectivo. Ellas tienen que ver con factores genéticos y del medio ambiente, así como de la nutrición, el contacto, las caricias, las palabras y la interacción (UNICEF; 2016b: 16).

Desde el nacimiento hasta el inicio de la escuela, los niños hacen importantes progresos en el desarrollo cognitivo (entienden conceptos), la adquisición del lenguaje (usan un vocabulario más extenso, elaboran oraciones más largas y complejas), el desarrollo social y emocional (disfrutan de jugar con pares) y las actividades pre académicas (sostienen un lápiz, reconocen letras y números). Experiencias negativas en la primera infancia influyen en etapas posteriores de la vida: pueden limitar la capacidad cognitiva, educativa y laboral, o promover la reproducción de la pobreza generación tras generación, lo que agudiza la inequidad (UNICEF; 2016b: 16).

Por ello, es necesario promover cuidados adecuados tanto desde las familias como desde los espacios de cuidado, ya sean establecimientos públicos, privados o comunitarios. Existe un importante desafío en ampliar la oferta de servicios de educación y cuidado, que implica, a su vez, asegurar estándares de calidad altos para estos espacios.

## ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

- \* En Argentina, sólo el 32% de los niños y niñas de entre 0 y 4 años accede a servicios educativos y de cuidado (UNICEF: 2015; 6).
- \* Un 83,8% de los niños de 3 y 4 años contó con la participación de un adulto de la familia en 4 o más actividades que promueven el aprendizaje y la preparación para la escuela. Además, el 61,2% de los niños menores de 5 años vive en hogares con al menos 3 libros para niños (SENAF y UNICEF; 2014: 75-78).
- \* El 85,4% de los niños de 3 y 4 años alcanzan un nivel adecuado de desarrollo de acuerdo al Índice de Desarrollo Temprano Infantil. Las diferencias entre los distintos grupos de la población se relacionan tanto con el acceso a instituciones de educación inicial y desarrollo infantil como con la mayor posibilidad de contar con entornos estimulantes en el hogar (SENAF y UNICEF; 2014: 81).

***Las empresas tienen la oportunidad de hacer un aporte significativo al cuidado y la estimulación de los hijos/as de sus empleados durante su primera infancia, facilitando el acceso a servicios adecuados. También, acercando información a los padres y madres que ayude a comprender más cabalmente la importancia de esta etapa en la vida de sus hijos y la manera en que pueden acompañarlos. Esto puede redundar en un aumento del bienestar de los empleados, particularmente de quienes tienen menores oportunidades socio-económicas o la posibilidad de acceder a estos conocimientos por otras fuentes.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Realizar campañas de difusión y sensibilización entre los empleados acerca de la importancia clave de la primera infancia para el desarrollo posterior de los niños.
- \* Distribuir entre los empleados materiales de apoyo que les permitan acompañar el desarrollo de los niños en sus diferentes etapas.
- \* Llevar registro de nacimientos prematuros entre sus empleados y brindar a sus padres y madres un apoyo mayor para el acompañamiento y la estimulación de sus hijos. Los niños que han sido prematuros de alto riesgo necesitan seguimiento integral del crecimiento, del desarrollo y de su salud.
- \* Incluir, entre los regalos por nacimiento o día del niño, algún juguete o recurso lúdico que apunte a la estimulación.
- \* Proponer, como parte de los festejos de día del niño u otras ocasiones que los involucren (por ejemplo, durante las vacaciones de invierno) juegos que apunten a la estimulación, que luego puedan ser replicados en el hogar.
- \* Instalar salas o espacios de cuidado en el lugar de trabajo o facilitar a los empleados el acceso a espacios cercanos al lugar de trabajo mediante una transferencia específica.
- \* Ofrecer el pago de un bono extra para que cada familia decida cómo organizar el cuidado de sus hijos.
- \* Facilitar la crianza compartida entre padres y madres, promoviendo participación de los varones.



### ¿Sabías que...?

Numerosos estudios han demostrado que cada dólar que se invierte para asegurar a la niñez el mejor comienzo ofrece una recuperación de 4 a 7 dólares a largo plazo para los niños y las niñas, sus familias y los contribuyentes (por ejemplo el estudio "Giving Kids A Fair Chance", escrito por el premio nobel de economía James Heckman).

Además, las políticas de cuidado de la primera infancia tienen un impacto más amplio sobre el hogar al que pertenecen los niños: aumentan la posibilidad de que las mujeres se inserten en el mercado laboral, reducen la pobreza y pueden tener efectos multiplicadores al estimular la demanda sobre el mercado local y generar efectos contracíclicos.

## **DESAFIO:** ¿Cómo contribuir a prevenir la violencia hacia los niños y niñas?

La violencia contra niños y niñas en los primeros años es una problemática que preocupa a nivel mundial y se manifiesta de diversas formas: con golpes, malos tratos, castigos físicos, violencia verbal o psicológica, abuso sexual, entre otras. El abuso sexual es una de las peores formas de violencia ejercida contra la niñez y adolescencia, y en la primera infancia es cometido generalmente por una persona conocida del entorno del niño o niña.

Las distintas formas de violencia se producen principalmente en el ámbito del hogar y la familia. Paradójicamente, los niños y niñas pequeños generalmente sufren agresiones y maltratos en aquellos contextos que debieran ser de protección, afecto y estímulo para su desarrollo integral y resguardo de sus derechos. Por ese motivo, porque ocurre principalmente en el ámbito privado, sólo una pequeña porción de actos de violencia contra niños es denunciada e investigada, especialmente en los primeros años, ya que los niños y niñas pequeños carecen de la capacidad de denunciar. Asimismo, muchas veces sucede que quien debiera protegerlos y cuidarlos guarda silencio cuando el agresor es miembro de la familia o del círculo social, ya sea por complicidad, por temor a sufrir represalias o a empeorar su situación. De esta forma, la violencia contra niños y niñas queda invisibilizada.

## ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

\* Un 8,2% de niñas y niños de 5 años o menos recibe cuidados inadecuados ya que pasan buena parte del día solos o a cargo de alguna hermana o hermano menor de diez años, lo que también conlleva riesgos de mayor propensión a accidentes. (UNICEF; 2016a: 167).

\* Sólo el 3,7% de las personas adultas a cargo de los niños cree que se los debe castigar físicamente. Sin embargo, el 70% de los niños de 2 a 17 años de edad fue sometido a algún método violento de disciplina (agresiones verbales o físicas). De ellos, un 40,5% recibió castigos físicos y un 9,8% fue sometido a castigos físicos severos (UNICEF; 2016a: 111).

***Las empresas pueden contribuir a la prevención de la violencia contra los niños y niñas, a través de acciones de sensibilización para desnaturalizar la violencia y su detección temprana. Asimismo, pueden acercarles información que los ayude a mejorar sus comportamientos y estrategias de crianza sin violencia, lo que sería particularmente relevante en el caso de quienes no tienen acceso a este tipo de recursos por otras vías.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Fomentar el cuidado y el desarrollo de los niños en un entorno de vida seguro y libre de violencia, y promover la intimidad, el autocuidado y respeto del propio cuerpo para prevenir el abuso sexual.
- \* Ofrecer charlas a padres, madres y cuidadores sobre crianza sin violencia.
- \* Alertar a los empleados, sus familias y la sociedad sobre la importancia de reconocer, desnaturalizar y prevenir la violencia y el abuso sexual, principalmente en los primeros años.
- \* Implementar medidas que disminuyan el nivel de estrés de los empleados, de forma que las presiones excesivas no repercutan al interior de sus familias, como por ejemplo alentar la terminación puntual de reuniones en horarios que puedan superponerse con prácticas de cuidado (horario de salida de los hijos de las escuelas).
- \* Ofrecer información acerca de qué hacer y a dónde acudir (oficinas de apoyo y asesoramiento, centros de denuncia) ante eventuales situaciones de violencia al interior del hogar. Establecer un responsable en la empresa para asesorar o consultar en casos de violencia de género o contra los niños, niñas y adolescentes.

## 4. Educación básica

**DESAFIO:** ¿Cómo estimular y garantizar que los hijos de padres y madres trabajadores logren completar toda la educación obligatoria con un buen desempeño?

Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a una educación inclusiva y de calidad, que los prepare adecuadamente para ejercer la ciudadanía, así como también para insertarse, a futuro en el mundo laboral. En la Argentina, la educación obligatoria se extiende desde la sala de 4 años hasta el último año de la secundaria (Ley 26.206). Sin embargo, diferentes factores restringen el ejercicio de este derecho. En particular, el desigual acceso a la oferta educativa (particularmente entre los niños más pequeños y en el nivel secundario) y las diferencias en la calidad de la enseñanza y el aprendizaje. Algunas situaciones como la repitencia atentan contra la continuidad en la escuela y muchas veces anticipan una deserción temprana, sin haber completado la cantidad de años de estudio considerada necesaria.

### ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

- \* La educación preescolar ganó impulso con una nueva ley, apoyada por UNICEF, que establece la obligatoriedad de la educación a partir de los 4 años y el acceso universal a partir de los 3. El porcentaje de niños que iniciaron la escuela primaria tras cursar como mínimo 2 años de educación preescolar es del 74% —muy por encima de los promedios de la región— lo que representa un fuerte incremento, ya que era del 44% en 2001 (UNICEF; 2016c: 3). Sin embargo, existen disparidades por provincia.
- \* La cobertura de educación primaria es casi universal. El desafío es incorporar a los cerca de 32.000 niños en edad escolar que no se encuentran escolarizados en la escuela primaria y que pertenecen principalmente a los quintiles de ingresos más bajos (UNICEF; 2016c: 4).
- \* El acceso a la educación secundaria ha aumentado. Sin embargo cerca de 500.000 adolescentes se encuentran sin escolarizar, y 1,4 millones tienen sobreedad, con un riesgo potencial de abandono escolar. Las barreras en este ámbito se relacionan con diferencias socioeconómicas y disparidades entre zonas urbanas y rurales: la asistencia es del 79% en las zonas rurales, frente al 90,2% en las zonas urbanas (UNICEF; 2016c: 4). Y más de un cuarto de los estudiantes del último año del nivel han tenido un desempeño académico bajo en las evaluaciones nacionales de aprendizajes.

***Las empresas pueden contribuir a promover el acceso, la permanencia y terminalidad educativa de los hijos de sus empleados. Al mismo tiempo, las empresas pueden contribuir a garantizar que sus mismos empleados hayan logrado completar también su educación básica. A largo plazo, todas estas estrategias redundarán en poder contar con recursos humanos mejor calificados y preparados para desempeñarse en el mercado de trabajo y ejercer plenamente todos sus derechos.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Realizar campañas de concientización/difusión entre los empleados sobre el derecho a la educación, garantizado por ley.
- \* Promover la participación de los padres, madres y cuidadores en la escolarización de los niños, brindando flexibilidad en el horario laboral y/o acompañamiento.
- \* Ofrecer ayudas económicas extra para la compra de útiles y/o realizar entregas de útiles antes del comienzo de clases.
- \* Llevar un registro de la escolarización de los hijos de empleados (especialmente en poblaciones vulnerables). Este seguimiento le permitirá a la empresa ofrecer apoyo a padres y madres de niños que requieran soporte en sus trayectorias educativas, y así contribuir a prevenir situaciones de repitencia y abandono.
- \* En función del máximo nivel educativo de los empleados (especialmente en aquellos menos calificados y provenientes de hogares más vulnerables) facilitar su inserción en programas educativos que les permitan completar su educación básica, compatibilizándola con su horario laboral.

## 5.

# Protección integral de los adolescentes

La adolescencia es una etapa crítica dentro de la vida de las personas. Es un periodo importante del crecimiento donde se desarrollan importantes cambios físicos, psíquicos y sociales. Es un momento único de la vida que requiere una atención especial, distinta de la que hay que prestar a niños y adultos. “La adolescencia es considerada el periodo por excelencia para efectuar con éxito las acciones de promoción del desarrollo y la prevención de problemas que tendrán repercusiones más severas durante la adultez si no son abordadas a tiempo. Asimismo los y las adolescentes están expuestos a riesgos específicos de esta etapa y gran parte de su problemática es de orden social” (Krauskopf, 2000).

Pensar en la protección integral de este grupo supone promover su pleno desarrollo y atender diferentes situaciones como el cuidado de su salud, la prevención de embarazos no deseados, la promoción de una alimentación adecuada y la prevención del consumo de alcohol y otras sustancias psicoactivas.

Adicionalmente, la expansión de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ofrece a los adolescentes enormes oportunidades de comunicarse, aprender, compartir y acceder a información sobre servicios sociales, salud y recursos educativos, y fortalece la capacidad de los adolescentes para hacer valer sus derechos y expresar sus opiniones. Sin embargo, pese a las importantes ventajas, el uso de dispositivos y plataformas de las TIC para acceder a Internet puede traer consigo riesgos, tales como violaciones de su intimidad y la exposición a contenidos o contactos inapropiados y potencialmente perjudiciales.

La protección integral de los adolescentes también implica asegurar que finalicen la educación obligatoria y cuidar que su inserción al mundo laboral (legalmente permitida a partir de los 16 años) se realice en forma segura y adecuada, temas abordados en las secciones correspondientes.

**DESAFIO: : ¿Cómo ayudar a los padres y madres empleados para que puedan promover en sus hijos adolescentes prácticas responsables de cuidado de su salud?**

La salud de los adolescentes es particularmente vulnerable, por diversas razones. Una de ellas es el consumo excesivo de alcohol y sustancias psicoactivas, el cual incrementa la posibilidad de conductas de riesgo que podrían ocasionar daños severos. Otra razón es la presencia de embarazos no deseados a edad temprana, lo que afecta la posibilidad de continuar los estudios y lograr un nivel básico de educación, entre otras cuestiones.

## ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

\* En 2013, 2.358 adolescentes murieron por causas externas, lo que representa un índice de 9 muertes por cada 10.000 adolescentes. Casi la mitad de esas muertes fueron intencionales (el 51%), particularmente suicidios (21,2%) y agresiones (15,7%) (UNICEF; 2016c: 4).

\* El embarazo precoz es motivo de preocupación creciente. En 2013, el 15,6% de los partos que se registraron eran de madres adolescentes y la mortalidad materna en adolescentes representó el 13% de la totalidad de las muertes maternas. Los embarazos en la adolescencia aumentaron un 7,7% en los últimos 20 años (UNICEF; 2016c: 4).

\* El embarazo en la adolescencia temprana (entre los 10 y los 14 años) está vinculado en la mayoría de los casos al abuso sexual (UNICEF; 2016c: 4).

***La información que las empresas puedan proveer a sus empleados los ayudará a comprender mejor la manera en que pueden acompañar a sus hijos e hijas en esta etapa clave. También, redundará en un mayor bienestar de los empleados, al dotarlos de herramientas e información para hacer frente a temas que los preocupan y acerca de los cuales muchas veces desconocen cómo actuar.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Realizar campañas de sensibilización y difusión entre los empleados.
- \* Ofrecer charlas a padres, madres y cuidadores sobre temas de especial relevancia para la salud de los adolescentes (adicciones, alimentación, salud sexual y reproductiva) a cargo de especialistas.
- \* Ofrecer información acerca de qué hacer y a dónde acudir ante eventuales problemas en estos aspectos.
- \* Promover la participación de los padres, madres y cuidadores en el acompañamiento de los adolescentes brindando flexibilidad en el horario laboral.

## **DESAFIO:** ¿Cómo ayudar a los padres y madres empleados para que puedan promover prácticas de alimentación saludables en sus hijos?

Las enfermedades no transmisibles y los factores de riesgo asociados afectan, cada vez en mayor medida, a la salud de niños, niñas y adolescentes. En particular, ha cobrado relevancia el problema de la obesidad y el sobrepeso, como consecuencia de una alimentación poco saludable.

## ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

\* En los últimos 5 años, el sobrepeso y la obesidad en adolescentes de 13 a 15 años se incrementó del 24,5% al 28,6%, y del 4,4% al 5,9%, respectivamente (UNICEF; 2015: 14).

\* Una de las causas de la malnutrición es el acceso insuficiente a alimentos nutritivos y micronutrientes esenciales. Según la Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNyS, 2007), la leche pierde predominio en la ingesta de los adultos, al igual que el yogur y los quesos. Las gaseosas y los jugos artificiales están presentes en la alimentación de los argentinos desde temprana edad y con importante predominio; el consumo de vegetales es poco variado y el consumo de fruta escaso (UNICEF; 2016a; 55).

*Las empresas tienen la oportunidad de contribuir a una mejora en los hábitos de alimentación de sus empleados y sus familias, no sólo brindando información sino también aprovechando ciertos eventos regulares (las comidas que se ofrecen en el comedor) como excepcionales (festejos corporativos) para favorecer la opción por alimentos saludables entre los adultos, para que ellos luego puedan replicarlas en sus hogares. De esta manera, contribuye al derecho a la salud de los empleados y de sus hijos.*

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Realizar campañas de sensibilización/difusión entre los empleados sobre alimentación saludable y sus consecuencias en las vidas de niños y adultos.
- \* Promover buenos hábitos de alimentación en comedores y/o cocinas de la empresa, para que estas prácticas sean luego replicadas en los hogares.
- \* Desarrollar actividades con hijos de empleados que aborden el tema de la alimentación saludable (por ejemplo, concurso de recetas saludables).
- \* Aplicar los principios de una alimentación saludable (cantidades y tipos de alimentos que es deseable consumir) al momento de organizar eventos que involucren a los hijos de los empleados o de hacerles regalos (por ejemplo, regalo por el día del niño).

## **DESAFIO:** ¿Cómo ayudar a los padres y madres empleados para que puedan promover en sus hijos prácticas responsables para el uso de las tecnologías de la información y la comunicación?

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han tenido una expansión notable durante los últimos tiempos. Son muchas las ventajas asociadas a su crecimiento, pero también los riesgos, particularmente para los niños, niñas y adolescentes. Entre ellos se encuentran la posibilidad de ejercer o sufrir ataques personales, y la exposición a los riesgos de abusos por parte de adultos. En ocasiones, los adultos a cargo de su cuidado desconocen estos riesgos o bien no saben cómo actuar para prevenirlos.

## ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

\* En promedio, los adolescentes acceden por primera vez a Internet a los 11 años. El vehículo de acceso más frecuente es el teléfono celular (90%). La mayoría dice estar online casi permanentemente (UNICEF; 2016a: 218).

\* La navegación por internet es una actividad que los adolescentes realizan fuera del conocimiento de sus familias: 7 de cada 10 adolescentes dice que sus familiares no saben lo que hacen online (UNICEF; 2016a: 218). El 76% de los adolescentes consultados piensa que sabe más sobre internet que sus padres, y el 39% considera que sabe más sobre internet que sus docentes (Kids on line – UNICEF; 2016).

\* 8 de cada 10 adolescentes tuvo experiencias negativas en el último año. El 68% vio imágenes con contenido sexual por internet y el 33% indica haber recibido mensajes desagradables o hirientes. Ante experiencias negativas, la mayoría consulta a sus amigos (56%). Le siguen en importancia los padres (30%), hermanos (25%) o un adulto de confianza (24%) (Kids on line – UNICEF; 2016).

\* La mitad de los entrevistados admite ignorar de vez en cuando una recomendación u orientación de sus familiares mientras que el 9% señala que no recibe indicaciones u orientaciones por parte de sus familiares (Kids on line – UNICEF; 2016).

***Las empresas tienen una enorme oportunidad de contribuir para que sus empleados accedan a información que les ayude a prevenir el uso incorrecto de las nuevas tecnologías, así como también a actuar ante diferentes situaciones negativas asociadas a las mismas. Esto redundará en un mayor bienestar de los empleados, quienes en ocasiones no tienen información suficiente que les permita acompañar a sus hijos para sacar provecho de las TIC.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Realizar campañas de sensibilización y difusión entre los empleados acerca de las posibilidades y los riesgos asociados al uso de las tecnologías.
- \* Ofrecer información a padres, madres y cuidadores acerca de cuestiones relacionadas con el correcto uso de las tecnologías, tales como seguridad en internet o manejo de la privacidad.
- \* Ofrecer herramientas específicas que permitan a los adultos acompañar a sus hijos en el uso de las tecnologías.
- \* Ofrecer información acerca de qué hacer y a dónde acudir para recibir asesoramiento, realizar denuncias y consultas frente a casos de ciber-bullying, sexting, grooming, pornografía infantil u otros.
- \* Generar y promover espacios de participación adolescente en temas de ciudadanía digital vinculados a la empresa.
- \* Garantizar la conformidad de las políticas empresariales y los procesos de gestión con la legislación vigente en materia de TIC.
- \* Trabajar para garantizar que todo el personal conozca los derechos del niño y mantenga un comportamiento adecuado en línea.



### ¿Sabías que...?

Se considera "**ciberbullying**" al uso de medios de comunicación digitales para acosar en forma permanente o repetitiva a una persona o grupo de personas, mediante ataques personales, divulgación de información confidencial o falsa, entre otras maneras.

El término "**sexting**" se refiere al envío de mensajes sexuales (eróticos o pornográficos) o material pornográfico (fotos y videos) a través de teléfonos celulares y computadoras.

El "**grooming**" hace referencia a un delito, por medio del cual un adulto realiza acciones deliberadas mediante el uso de Internet para ganarse la confianza de un menor de edad con la finalidad de abusar de él.

## 6. Preparación para la vida adulta

La incorporación al mundo del trabajo debe ocurrir a la edad adecuada y en un contexto que garantice la seguridad y el cuidado de la persona, para que efectivamente contribuya a su mayor bienestar. Es importante que la inclusión laboral de los adolescentes (entre 16 y 18 años) contemple estas cuestiones, como así también que la integración de grupos especialmente vulnerables (como pueden ser los adolescentes con discapacidad o los que no han tenido cuidados parentales) se efectúe con los apoyos adicionales que puedan requerirse. Es importante que la incorporación al mundo del trabajo compatibilice con la finalización de la educación obligatoria. Finalmente, es imprescindible tomar medidas para evitar que los niños trabajen por debajo de la edad legal permitida.

### **DESAFIO:** ¿Cómo garantizar que no haya trabajo infantil al interior de la empresa y promover su eliminación en su cadena de valor?

El trabajo infantil no sólo incluye las actividades económicas remuneradas o de supervivencia (como la mendicidad), sino también su participación en actividades domésticas en reemplazo de los adultos, en forma sostenida en el tiempo, para que éstos puedan trabajar. La incorporación de los niños al mundo laboral a una edad previa a la legalmente permitida (16 años) es un delito.

#### **¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?**

- \* Algo más que 1 de cada 10 niños o adolescentes (12%) realiza sistemáticamente algún tipo de trabajo, sea para el mercado, para el autoconsumo o en el ámbito doméstico. La incidencia del trabajo infantil crece a medida que se avanza en la edad: es de 5,9% entre los niños de 5 a 13 años, de 16,9% entre los de 14 y 15 y de 31% entre los de adolescentes de 16 y 17 años (UNICEF; 2016a; 137).
- \* De acuerdo con un estudio realizado por Empresas por la Infancia (2012), solamente el 45% de las empresas consultadas decía conocer la regulación sobre trabajo infantil y adolescente, y afirmaba que era posible respetarla siempre. 1 de cada 3 la desconocían en detalle, y el resto, aunque la conocía, creía que no era posible aplicarla en cualquier circunstancia (EXI; 2012: 30).
- \* 4 de cada 10 empresas no verificaban que los proveedores cumplieran con la regulación sobre el trabajo infantil. Solamente el 16% de las empresas reportaba este cumplimiento por medio de un documento (EXI; 2012: 46).

***Al respetar la legislación acerca de la edad mínima para trabajar así como también al informar a sus proveedores y clientes sobre esta regulación y motivar su cumplimiento, las empresas se suman al desafío de apoyar los derechos del niño en su propio ámbito y a lo largo de su cadena de valor.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Asegurarse de cumplir las disposiciones legales con respecto a la edad mínima para trabajar, que en Argentina es de 16 años.
- \* Informar/concientizar a proveedores y clientes con respecto a las disposiciones legales sobre edad mínima para trabajar.
- \* Denunciar a aquellas empresas que cuenten con niños y niñas trabajando según la Ley 26.847/2013, a partir de la cual se penaliza con prisión de 1 (uno) a 4 (cuatro) años el que aprovechare económicamente el trabajo de un niño o niña en violación de las normas nacionales.
- \* Incluir cláusulas referidas a la prohibición del trabajo infantil en los contratos con clientes y/o proveedores, y establecer mecanismos de control necesarios para su cumplimiento.
- \* En el caso de empresas cuyos proveedores pueden presentar situaciones de trabajo infantil (por ejemplo, actividades de cosecha), ofrecer espacios de cuidado para los niños menores de 16 años, de forma que los mayores no tengan que ocuparse de esas tareas, y evitar de esa manera una de las formas de trabajo infantil.

### **DESAFIO: ¿Cómo garantizar que los jóvenes que trabajan en la empresa estén debidamente protegidos?**

En Argentina, se admite la incorporación laboral de los jóvenes a partir de los 16 años de edad, en tanto ésta se produzca en condiciones que no resulten peligrosas o nocivas para su salud (como resultado de realizar trabajos pesados, exponerse a largas jornadas de tareas, manejar maquinaria peligrosa, entre otros) ni entorpezcan su desarrollo o educación. En este sentido, la Ley 26.390 de Prohibición del Trabajo Infantil y Protección del Trabajo Adolescente no sólo define la edad mínima de admisión al empleo, sino que también protege los derechos de los adolescentes de 16 a 18 que trabajan, en armonía con su derecho a una educación secundaria obligatoria y de calidad (UNICEF – MTEySS; 2009).

## ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

- \* Más de la mitad de los adolescentes que trabajan en una actividad para el mercado (51,6%) lo hace para un jefe o patrón, mientras que el 37% lo hace para ayudar en el trabajo de los padres o familiares (UNICEF; 2016a; 139).
- \* Un 16,3% de los jóvenes de entre 16 y 17 años exceden los parámetros fijados por la legislación en cuanto a jornada de trabajo permitida (36 horas semanales) y el 6,1% realiza trabajo nocturno, situación también prohibida por la ley (UNICEF; 2016a; 139).
- \* Casi la mitad de los que realizan actividades económicas empezaron a realizarlas antes de la edad legal permitida (UNICEF; 2016a; 139).

***Las empresas cumplen un rol social fundamental, en tanto pueden ofrecer a los jóvenes sus primeras oportunidades en el mundo laboral. Para que esto se realice en el marco del respeto y la promoción de sus derechos, la empresa debe asegurar que estén dadas algunas condiciones vinculadas a su seguridad, salud y desarrollo.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Definir una política clara respecto de la contratación de jóvenes entre 16-18 años, de acuerdo a lo establecido en la Ley 26.390 (Prohibición del Trabajo Infantil y Protección del Trabajo Adolescente).
- \* En caso de permitir su contratación, desarrollar una política de cuidados especiales para este grupo de adolescentes trabajadores según lo que se establece en la ley.
- \* Realizar un diagnóstico de las tareas/actividades que podrían suponer un esfuerzo físico excesivo o condicionar la salud de un joven en esa edad.
- \* Asegurarse de que la incorporación de un adolescente al mundo laboral no interfiera con su trayectoria escolar y esté acompañada de un plan de capacitación y desarrollo profesional que promueva su formación y sus posibilidades de inserción laboral futura.
- \* Facilitar su inserción en programas educativos que les permitan completar su educación básica, compatibilizándola con su horario laboral.

## **DESAFIO: ¿Cómo brindar oportunidades de empleo en la propia empresa a los jóvenes en situación de mayor vulnerabilidad socio-económica?**

El sector privado tiene una enorme oportunidad de contribuir al desarrollo de adolescentes y jóvenes en situación de vulnerabilidad, mediante su incorporación al mercado de trabajo. La primera experiencia de empleo es muchas veces difícil de conseguir para estos grupos y brinda un enorme diferencial en sus oportunidades futuras, al dotarlos de confianza y experiencias comprobables.

## ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

- \* En Argentina hay 4,4 millones de jóvenes de 19 a 24 años, de los cuales un 34,2% trabaja, un 26,7% dedica su tiempo a estudiar, un 10,3% trabaja y estudia, y un 3,3% estudia y busca trabajo. Además hay un 24,6% que no estudia ni trabaja (sobre ese porcentaje hay un 17,3% que no estudia, no trabaja y además no busca empleo) (ADECCO; 2016).
- \* La probabilidad de inserción laboral en un empleo formal aumenta entre 20% (mujeres) y 30% (varones) cuando finalizan los estudios formales, acceden a una experiencia formal y participan en un curso de formación profesional (ADECCO; 2016).
- \* Casi 7 de cada 10 jóvenes argentinos no encuentra trabajo por carecer de experiencia laboral (ADECCO; 2016).
- \* Una situación de particular vulnerabilidad se da en el caso de los jóvenes sin cuidados parentales, al momento de egresar de la institución que los albergó durante la mayor parte de su vida. Su transición a la vida adulta requiere de estrategias especiales.
- \* Sólo la mitad de los egresados participó en la decisión de dejar el hogar que lo albergaba. La mitad no recibió información sobre empleo y vivienda antes o después de egresar (DONCEL-FLACSO-UNICEF; 2015: 7).

***Entre los jóvenes, algunos se encuentran en situaciones particularmente vulnerables y con mayores dificultades para insertarse en el mundo laboral. Las empresas tienen la oportunidad de promover sus derechos, al ofrecer ayudas adicionales y acompañamiento para facilitar su incorporación al trabajo.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Ofrecer talleres de orientación laboral y habilidades para la búsqueda de empleo.
- \* Ofrecer oportunidades de empleo en la propia empresa.
- \* Brindar acompañamiento durante las primeras etapas. Esto puede incluir, por ejemplo, una presentación conjunta a la alta gerencia, una reunión de coordinación con el área de RRHH, la comunicación al interior de la empresa y el acompañamiento de las áreas involucradas.



# Empresa "Puertas Afuera"

La operatoria de toda empresa supone el desarrollo de diferentes procesos en el marco de los cuales los derechos del niño pueden verse respetados y promovidos o, por el contrario, vulnerados. Estos se refieren a la generación de productos y servicios adecuados; al desarrollo de estrategias de comunicación, publicidad y marketing responsables; y a la gestión de la inversión social privada. En este mismo sentido, las empresas deben garantizar que sus productos y servicios sean respetuosos con el ambiente y tomar las medidas necesarias para minimizar o neutralizar su impacto. Adicionalmente, el sector privado puede incidir para que determinadas temáticas consideradas relevantes ganen visibilidad y se incorporen a la agenda público-privada.

Debido al tipo de producto o servicio que comercializan y al impacto que estos tienen en la vida de los niños, niñas y adolescentes algunas industrias han sido definidas como prioritarias por UNICEF.

A continuación se propone una revisión de algunos de los procesos arriba mencionados, indicando comentarios puntuales para las industrias que resultan más sensibles en cada uno de ellos.

# 1. Productos y servicios adecuados y seguros

**DESAFIO:** ¿Cómo garantizar que los productos y servicios de las empresas sean adecuados para niños, niñas y adolescentes, teniendo en cuenta su formulación, producción, etiquetado, distribución, comercialización y uso?

Los chicos son parte del grupo de consumidores que diariamente utiliza productos y servicios para alimentarse, moverse, higienizarse y jugar, entre otras cosas. Asimismo, no sólo se vinculan con los productos que usan de manera directa sino que están en contacto con aquellos que consumen sus padres, madres o cuidadores.

Para respetar y promover los derechos del niño, las empresas deben garantizar que sus productos y servicios sean seguros y apropiados para el uso previsto a través del packaging, el etiquetado, las notificaciones; pero también contemplar y anticipar usos no previstos y potencialmente nocivos. Estas responsabilidades abarcan a todo el ciclo del producto, desde su desarrollo, testeo, comercialización (inclusive sus estrategias de marketing y publicidad), distribución y accesibilidad, uso o consumo, y su disposición final. En este mismo sentido, las empresas deben garantizar que sus productos y servicios sean respetuosos con el medio ambiente y tomar las medidas necesarias para minimizar o neutralizar su impacto.

En relación a esto algunas de las industrias definidas como prioritarias por UNICEF son las prestadoras de servicios públicos (agua, educación, transporte, salud, energía), las industrias mineras y extractivas, la farmacéutica, las industrias agrícolas, las de alimentos y bebidas, así como también los medios de comunicación.

## ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

\* El 29% de las empresas que producen productos y servicios dirigidos a niños (entre otros públicos) desconoce si existe alguna normativa específica vinculada a su protección en la producción, comercialización y distribución. Adicionalmente, el 36% admite conocerlas pero no cumplirlas (EXI; 2012: 41).

***Las empresas cuentan con una enorme oportunidad para impulsar los derechos del niño al incluir en la reflexión acerca del impacto de sus productos y/o servicios a los niños, niñas y adolescentes como un público prioritario que merece especial atención.***



## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Definir políticas en las que se establezca claramente la manera en que se garantiza la seguridad de los niños cuando utilizan o se ven expuestos a sus productos o servicios.
- \* Asegurar el cumplimiento de directrices científicas y éticas, tanto nacionales como internacionales, en los casos en que los niños participen en las fases de investigación y prueba de productos. Contar con el consentimiento informado del niño (cuando su edad y nivel de madurez lo permitan) y de su representante legal.
- \* Identificar y reducir los riesgos potenciales para la salud o seguridad de los niños que puedan derivarse del uso (intencionado o no) de sus productos o servicios. Usar envases aptos para niños o etiquetas de advertencia.
- \* Ofrecer información exhaustiva y confiable en las etiquetas e instrucciones de los productos, como por ejemplo el modo correcto de usar, almacenar y desechar, o potenciales riesgos derivados de un uso inapropiado.
- \* Utilizar la innovación para impactar de forma positiva sobre el bienestar y el desarrollo infantil en el ámbito de sus productos, servicios y canales de distribución.
- \* Ofrecer servicios y espacios adecuados para los niños, teniendo en cuenta las recomendaciones del **Cuaderno para la Acción Espacios amigables para los niños** desarrollado por UNICEF.
- \* Habilitar canales de reclamo para clientes y el público en general (incluyendo a los niños y a quienes pueden actuar en su nombre) que permitan recibir, investigar y responder a quejas sobre los daños o riesgos que los productos o servicios de la empresa suponen para los niños.

### **DESAFIO:** ¿Cómo garantizar que las operaciones de la empresa consideren el especial impacto que tienen en la infancia en términos ambientales y qué se puede hacer para remediarlo?

La producción de bienes y servicios afecta el ambiente. Los niños, al igual que los adultos, tienen derecho a un ambiente sano. Sin embargo, a diferencia de ellos, son más vulnerables a los impactos aparejados por emergencias y contaminaciones dado el grado de desarrollo de sus órganos, su metabolismo, su menor conocimiento sobre la exposición a determinados riesgos, entre otros factores. Por eso, es importante que las empresas identifiquen las mejores maneras de gestionar los impactos de sus operaciones en el ambiente.

## ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

\* Según la OMS el 24% de las enfermedades a nivel global se debe a factores medioambientales. La cifra se eleva hasta el 33% en el caso de los niños, demostrando el enorme impacto que el medio ambiente puede tener en los niños, en sus expectativas y en su derecho a la vida y a disfrutar del más alto nivel de salud posible (UNICEF; 2013: 51).

***Los esfuerzos del sector privado por prevenir y mitigar los impactos de sus operaciones en el ambiente son una condición para el desarrollo sostenible del planeta con la que muchas empresas ya se encuentran comprometidas. Si en el marco de estos compromisos se colocara a los niños como grupo prioritario se estaría contribuyendo a garantizar su derecho a la salud y la vida.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Considerar la especial vulnerabilidad de los niños frente a la escasez de recursos, la contaminación o la toxicidad al evaluar los impactos que genera sobre la salud y el ambiente.
- \* Aplicar un enfoque respetuoso con los niños en los planes de localización de las instalaciones de la empresa. Considerar alternativas de localización que no estén en las inmediaciones de escuelas, áreas de juego u otras zonas en las que se congreguen los niños. Estudiar rutas de circulación alternativas a aquellas que siguen los niños para ir a la escuela o actividades culturales y deportivas.
- \* Habilitar canales de reclamo para clientes y público en general (incluyendo a los niños y a quienes pueden actuar en su nombre) que permitan recibir, investigar y responder a quejas relativas a riesgos e impactos ambientales sobre niños y mujeres embarazadas.

## **DESAFIO:** ¿Cómo promover productos y servicios seguros en industrias particularmente relevantes para la protección de la infancia?

Por las características de los productos o servicios que ofrecen, algunos sectores de la economía afrontan un desafío particular en el cumplimiento de los derechos del niño.

## **A. TRANSPORTE Y TURISMO**

### **¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?**

- \* La trata de personas es el tercer negocio ilícito más rentable en el mundo.
- \* Desde octubre de 2006 a agosto de 2016, el Equipo Móvil de Atención a Víctimas del Delito contra la Integridad Sexual ha atendido a 9.986 víctimas, de las cuales el 52,5% eran niñas, niños o adolescentes (UNICEF; 2016d: 3).

***En algunas oportunidades el negocio ilícito de la trata de personas mueve a sus víctimas geográficamente, utilizando servicios de traslado y/u hotelería. Debido a esto, las empresas de transporte y turismo se encuentran en un posición clave para llevar adelante medidas que detecten a potenciales víctimas y permitan buscar soluciones a este problema.***

### **¿Qué pueden hacer las empresas?**

- \* Informar, sensibilizar y entrenar a los empleados que tienen contacto regular con los pasajeros para detectar y reportar situaciones eventuales de este tipo.
- \* Informar y sensibilizar a pasajeros a través de la entrega de folletos o videos durante los viajes.
- \* Establecer alianzas con otras empresas de transporte (micros, aerolíneas) o vinculadas al turismo (agencias, hoteles) para ampliar el impacto de las iniciativas.
- \* Sistematizar y difundir experiencias.

## **B. TELECOMUNICACIONES**

Las empresas de este rubro pueden contribuir adicionalmente al respeto y promoción de los derechos del niño al desarrollar acciones para proteger a los niños, niñas y adolescentes del uso incorrecto de tecnologías y aplicaciones.

## ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

\* En promedio, los adolescentes acceden por primera vez a Internet a los 11 años. El vehículo de acceso más frecuente es el teléfono celular (90%). La mayoría dice estar online casi permanentemente (UNICEF; 2016a: 218).

\* La navegación por internet es una actividad que los adolescentes realizan fuera del conocimiento de sus familias: 7 de cada 10 adolescentes dice que sus familiares no saben lo que hacen online (UNICEF; 2016a: 218). El 76% de los adolescentes consultados piensa que sabe más sobre internet que sus padres, y el 39% considera que sabe más sobre internet que sus docentes (Kids on line – UNICEF; 2016).

\* 8 de cada 10 adolescentes tuvo experiencias negativas en el último año. El 68% vio imágenes con contenido sexual por internet y el 33% indica haber recibido mensajes desagradables o hirientes. Ante experiencias negativas, la mayoría consulta a sus amigos (56%). Le siguen en importancia los padres (30%), hermanos (25%) o un adulto de confianza (24%) (Kids on line – UNICEF; 2016).

\* La mitad de los entrevistados admite ignorar de vez en cuando una recomendación u orientación de sus familiares mientras que el 9% señala que no recibe indicaciones u orientaciones por parte de sus familiares (Kids on line – UNICEF; 2016).

***Con su conocimiento y alcance, las empresas de telecomunicaciones cuentan con una oportunidad única para agregar valor en sus servicios, brindando espacios de navegación segura para los niños y herramientas que permitan a los padres proteger a sus hijos de usos que puedan vulnerar sus derechos.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

\* Aprovechar los contactos con sus clientes para difundir información sobre los cuidados necesarios asociados al uso de sus productos.

\* Promocionar productos con consentimiento explícito de los padres (por ejemplo, registración, uso, interacción).

\* Incluir en los productos funciones adaptadas al público infantil (como filtros o sitios seguros).

\* Alentar el monitoreo de la actividad de los niños por parte de adultos responsables.

\* Trabajar en prácticas de concientización sobre grooming, ciberbullying y sexting.

\* Promover espacios de participación adolescente en temas de ciudadanía digital.

\* Contribuir a reducir la brecha digital, con especial atención a los niños.

## C. ALIMENTOS Y BEBIDAS

Las empresas de este rubro pueden contribuir adicionalmente al respeto y promoción de los derechos del niño al desarrollar acciones para **promover una alimentación saludable entre los niños, niñas y adolescentes**.

Los malos hábitos alimentarios, establecidos desde edades muy tempranas, contribuyen a generar malnutrición. Además, el consumo de comida procesada y azúcares, junto a escasa actividad física, en muchos casos deriva en obesidad infantil. Esta última puede tener graves consecuencias ya que aumenta los factores de riesgo de patologías cardiovasculares y metabólicas, diabetes tipo 2 y trastornos hepáticos (UNICEF: 2015; 14).

### **¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?**

- \* En los últimos 5 años, el sobrepeso y la obesidad en adolescentes de 13 a 15 años se incrementó del 24,5% al 28,6%, y del 4,4% al 5,9%, respectivamente (UNICEF; 2015: 14).
- \* Una de las causas de la malnutrición es el acceso insuficiente a alimentos nutritivos y micronutrientes esenciales. Según la Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNyS, 2007), la leche pierde predominio en la ingesta de los adultos, al igual que el yogur y los quesos. Las gaseosas y los jugos artificiales están presentes en la alimentación de los argentinos desde temprana edad y con importante predominio; el consumo de vegetales es poco variado y el consumo de fruta escaso (UNICEF; 2016a; 55).

***Las empresas de alimentos y bebidas pueden contribuir a mejorar esta realidad a través de diversas iniciativas que promuevan una alimentación sana, especialmente en niños y adolescentes. Asimismo, estas medidas las ayudarán a agregar valor a sus marcas.***

### **¿Qué pueden hacer las empresas?**

- \* Ofrecer información exhaustiva y confiable en las etiquetas de los productos, con énfasis en cantidades que aportan de azúcar, grasas y sodio.
- \* Adoptar el uso del etiquetado frontal, el cual ayuda a los consumidores a elegir alimentos y bebidas industrializados más saludables de una manera sencilla y rápida.
- \* Verificar que el etiquetado se muestre de manera simple, consistente, llamativa y que se pueda interpretar rápidamente, a fin de que resulte efectivo.
- \* Abogar por una regulación de etiquetado frontal con foco en los grupos más vulnerables (quienes tienen menor nivel de educación, menor nivel socioeconómico y viven en zonas rurales, entre otros) y que mencione todos los componentes del empaque, incluyendo cualquier tipo de leyendas, personajes promocionales, ofertas, entre otros.

- \* Promover el desarrollo de campañas educativas continuas para mejorar el entendimiento y el uso por parte de los consumidores, especialmente para los padres, madres y cuidadores como responsables de las compras para sus hijos e hijas.
- \* Garantizar que su porfolio de productos incluya opciones saludables.
- \* Invertir en innovaciones que permitan ofrecer alternativas cada vez más saludables.
- \* En el caso de empresas que comercializan o distribuyen productos sucedáneos de la leche materna, cumplir con lo estipulado en el Código de Comercialización de Sucédáneos de la Leche Materna de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

## 2.

# Comunicaciones, publicidad y marketing responsable

Las acciones que las empresas pueden realizar con el fin de respetar y promover los derechos del niño incluyen a las comunicaciones con sus clientes a través de la provisión de información exhaustiva y confiable en el etiquetado, las prácticas justas de marketing, las publicidades libres de mensajes discriminatorios, irrespetuosos o que generen expectativas irreales en los niños.

Las publicidades y el marketing pueden tener un impacto mayor sobre los niños que sobre los adultos porque la niñez es un período caracterizado por el desarrollo y el fortalecimiento de su identidad, carácter y análisis crítico. Si bien todas las publicidades tienen impacto en los niños, aquellas dirigidas especialmente hacia ellos, que los interpelan en forma directa, posiblemente les llamen más la atención. Cuando la publicidad cuenta con la presencia de niños o niñas, se produce un impacto mayor por la identificación que se genera.

Los peligros que pueden causar publicidades irresponsables son altos porque pueden poner en riesgo la integridad física y mental de los niños cuando promocionan productos que pueden ser dañinos; muestran prácticas peligrosas (aparentemente inofensivas pero que sin la supervisión de un adulto pueden serlo); promocionan hábitos alimenticios no saludables, estereotipos distorsionados de la familia, del rol de la mujer y la imagen corporal; o transmiten mensajes discriminatorios, violentos u ofensivos, entre muchas otras cosas.

Por las características del público al cual dirigen sus estrategias de comunicación, las empresas del rubro de alimentos y bebidas afrontan un desafío mayor en el cumplimiento de los derechos del niño.

### ¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?

- \* Más del 50% de las empresas que dirigen sus comunicaciones a niños y/o que utilizan a niños en sus comunicaciones no cuentan con políticas escritas que garanticen la protección de sus derechos (EXI; 2012: 45).
- \* Casi 9 de cada 10 alimentos que se publicitan durante los cortes publicitarios tienen bajo valor nutritivo (85,3%), es decir que son alimentos con alto contenido en grasas totales, grasas saturadas, grasas trans, azúcares libres, sal y/o calorías (FIC Argentina; 2016: 2).
- \* 1 de cada 4 publicidades de alimentos utilizan personajes animados y/o famosos, y 1 de cada 3 recurren a las promociones, como regalos gratuitos, productos coleccionables, beneficios extra, sorteos, entre otros. Estas mismas estrategias son significativamente menores en las publicidades que se emiten durante las tandas de los programas dirigidos a la audiencia general (FIC Argentina; 2016: 3).
- \* Si se consideran los datos de audiencia de la Argentina que señalan que los niños de 4 a 12 años se encuentran expuestos a la televisión en promedio 3 horas al día, se estima que en nuestro país los chicos ven 60 publicidades de alimentos de bajo valor nutritivo por semana (FIC Argentina; 2016: 3).

***El rol del sector privado para mejorar los mensajes que reciben los niños y evitar que se contacten con aquellos que puedan perjudicar su desarrollo es central y redundante no sólo en el bienestar de los chicos sino en la imagen de marca y reputación de la empresa frente a un público de consumidores cada vez más exigente.***

## **¿Qué pueden hacer las empresas?**

- \* Cumplir con la normativa vigente en cuanto a publicidad dirigida a niños y niñas (Ley 26.522 - Servicios de Comunicación Audiovisual).
- \* En el caso particular de empresas que producen, comercializan o distribuyen productos sucedáneos de la leche materna, cumplir con las normativas sobre publicidad establecidas en el Código de Comercialización de Sucédáneos de la Leche Materna (OMS, 1981).
- \* Acordar y establecer lineamientos formales y escritos que regulen la manera en que las comunicaciones se crean y distribuyen.
- \* Garantizar que la publicidad dirigida a los niños no será dañina (a nivel físico, moral o psicológico) ni contraria a la ética, que no promoverá comportamientos inseguros o peligrosos, ni contenidos violentos.
- \* Establecer un mecanismo de verificación de edad como parte del relevamiento de datos personales. Animar a los niños pequeños a obtener el permiso de su madre, padre o cuidador antes de proporcionar información.
- \* Evaluar de modo regular el impacto de la publicidad de la empresa sobre los niños, por ejemplo, a través de encuestas o grupos focales.
- \* Establecer algún mecanismo institucional que permita hacer seguimiento de la aplicación de los lineamientos establecidos. Por ejemplo, se puede crear un comité responsable de realizar ese control o bien definir sobre qué área recae la responsabilidad.
- \* Participar en iniciativas voluntarias que establezcan códigos y estándares de marketing.
- \* Utilizar los canales de comunicación y campañas de marketing y publicidad de la empresa para apoyar y promover comportamientos positivos y saludables entre los niños.
- \* Habilitar canales de reclamo para clientes y el público en general (incluyendo a los niños y a quienes pueden actuar en su nombre) que permitan recibir, investigar y responder a quejas sobre contenidos e imágenes relacionadas con niños.

Son pocas las empresas que han definido mecanismos internos formales y escritos para garantizar que todos sus empleados conozcan y cumplan esta normativa y puedan, además, garantizar la protección y el bienestar de los niños en todo momento. Todo aquel que trabaje con niños en el marco de esta regulación deberá considerar que ellos se enfrentan a riesgos diferentes que los adultos en el lugar de trabajo y que a las niñas se les pueden presentar peligros diferentes que a los niños.



**NOTA:** Independientemente del público al que se dirijan, usualmente las empresas incorporan en sus comunicaciones la participación de niños y niñas, a través de su inclusión en comerciales u otras piezas comunicacionales. Esto plantea un nuevo tema a considerar: el de los niños que trabajan en iniciativas publicitarias o del espectáculo. Este tipo de trabajo está contemplado en la legislación argentina, siempre y cuando no supere determinada cantidad de horas y no interfiera con su educación (Ley N 24.650/96).

### 3. Inversión social privada en infancia

#### **DESAFIO:** ¿Cómo aprovechar las iniciativas de inversión social privada (ISP) de la empresa como oportunidades de protección y promoción de los derechos del niño?

El sector privado tiene una enorme oportunidad de impacto en la infancia a través de sus iniciativas de inversión social. En este sentido, el enfoque de derechos resulta una herramienta de gran utilidad para que las empresas transformen sus iniciativas de ISP en aportes efectivos para la protección y promoción de los derechos del niño.

Este enfoque reconoce a los niños como sujetos de derechos y requiere de su participación directa en las decisiones relativas a su propio desarrollo. Al mismo tiempo, supone una mirada integral que considere que la realización de un derecho podrá depender del cumplimiento de otros. La participación de distintos tipos de actores (los niños, el Estado, las organizaciones sociales) es necesaria para lograr cambios duraderos y sostenibles en el tiempo. Finalmente es preciso incluir un sistema de rendición de cuentas que contemple a los niños como un público clave, facilitando el acceso y la comprensión de la información por parte de ellos.

Para su trabajo durante los próximos años, UNICEF ha identificado una serie de programas que está apoyando en la Argentina y que considera prioritarios para la inversión social del sector privado. Cada uno de ellos avanza sobre alguna problemática específica que es prioritaria en el país y propone un abordaje integral basado en el enfoque de derechos.

#### **¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?**

- \* En la Argentina el sector privado suele realizar acciones de ISP vinculadas a su actividad económica, siendo las donaciones la modalidad de apoyo más difundida (EXI; 2012).
- \* Educación y salud son las áreas temáticas privilegiadas, seguidas por arte y cultura. Las cuestiones de género no suelen ser incorporadas al ciclo de los proyectos (EXI; 2012).
- \* El diálogo con la población a la que se pretende apoyar es poco frecuente y las instancias de evaluación son de carácter predominantemente informal, limitándose al proceso y los resultados (EXI; 2012).

***Todas las empresas pueden contribuir con el desarrollo de los chicos a través de sus aportes a la comunidad. La ISP en infancia desde un enfoque de derechos resulta estratégica para el sector privado por ser una inversión con impactos tanto inmediatos como de largo plazo que contribuyen significativamente al desarrollo de toda la sociedad.***

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Definir las iniciativas de ISP a partir de diagnósticos que incluyan la voz de los niños y adolescentes implicados, permitiendo un diseño participativo y ajustado a las prioridades de cada lugar.
- \* Realizar inversiones en conjunto con otros actores sociales de manera que los proyectos no dependan de un único apoyo económico y puedan tener alto impacto.
- \* Incluir mecanismos de reporte y evaluación que favorezcan el diálogo con públicos de interés y la mejora continua de los programas.
- \* Al momento de realizar los procesos de diagnóstico, planificación, implementación, monitoreo y evaluación, tomar como referencia materiales ya desarrollados como por ejemplo el Cuaderno para la Acción **Inversión Social Privada en Infancia** de UNICEF.

## INVERSION SOCIAL PRIVADA EN PROGRAMAS

Las **prioridades** de trabajo de UNICEF definidas para la Argentina en los próximos cinco años ofrecen oportunidades específicas para la Inversión Social Privada en Infancia. Asimismo algunos sectores de la economía tienen mayores posibilidades de aportar en los temas prioritarios. A continuación se comparten algunos de los proyectos que actualmente UNICEF desarrolla junto al sector privado:

### → Escuelas secundarias mediadas por TIC

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Apoyar el desarrollo de Escuelas Secundarias Mediadas por Tecnologías, aportando financiamiento para la creación, equipamiento y funcionamiento de las mismas.
- \* Potenciar el uso de la tecnología como herramienta para garantizar una educación inclusiva y de calidad para todos los niños y adolescentes; o para promocionar la ciudadanía digital, priorizando áreas geográficas rurales.
- \* [Sector de las Telecomunicaciones y Tecnología] Proveer tecnología para hacer accesible la escuela secundaria en comunidades rurales aisladas mediante acciones como las siguientes: equipamiento de aulas virtuales (netbooks, proyector), donación de teléfonos celulares para hacer seguimiento de alumnos a través de SMS, desarrollo de aplicaciones para celulares con contenidos educativos.

### → Residencias para madres en hospitales y maternidades públicas

En la Argentina, cada año nacen aproximadamente 740.000 niños. De ellos, 60.000 son bebés prematuros que necesitan cuidados y atenciones especiales, y este número va en aumento.

Estos bebés prematuros tienen los mismos derechos que aquellos que nacen a término, aunque no siempre son respetados. Algunos de ellos son: poder estar acompañados de sus

padres las 24hs, acceder a la lactancia materna y a todos sus beneficios, tener contacto piel a piel con su mamá, ser visitados por hermanos y abuelos.

Una residencia para madres es un lugar especialmente destinado a las mamás para que puedan estar cerca de sus bebés internados en neonatología.

De esta manera, las mamás pueden esperar a que sus hijos crezcan y se desarrollen (en algunos casos, durante varios meses) en un ambiente digno, con todos los elementos necesarios, y más importante aún, pudiendo acompañarlos constantemente. El modelo de atención sobre el que se trabaja pretende dar respuesta a la necesidad de reducir la mortalidad materna y neonatal siguiendo las actuales prioridades reconocidas universalmente en la medicina: la seguridad del paciente y los derechos de los padres y de su hijo o hija.

En un trabajo conjunto con el Gobierno Nacional, Gobiernos Provinciales y Ministerios de Salud, UNICEF promueve y financia la creación de Residencias para Madres en diferentes hospitales y maternidades públicas. Hasta 2016 se han creado 22 residencias para madres en diferentes provincias de la Argentina.

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Apoyar el desarrollo de residencias para madres embarazadas y bebés prematuros, aportando financiamiento para la construcción, remodelación y equipamiento de las mismas.
- \* Contribuir con la donación de equipamiento para las residencias (camas, electrodomésticos, blanquería, muebles, etc.)
- \* Generar contacto directo con los hospitales y maternidades que cuentan con una residencia para madres, para realizar tareas de voluntariado corporativo en las mismas.

## → Equipamiento para hogares

Los hogares para niños sin cuidados parentales están pensados para proveer un espacio de cuidado, contención y acompañamiento a niños y niñas que por algún motivo no pueden vivir con sus padres o tutores. En 2014, 9.219 niños sin cuidados parentales vivían bajo cuidado institucional (UNICEF; 2016a: 128). De ellos, el 24% tenía entre 0 y 5 años, el 40% entre 6 y 12 años, y el 36% entre 13 y 17 años (UNICEF; 2016a: 129).

De la misma forma en que un niño recibe estímulos para crecer sanamente en su casa y con su familia, los niños necesitan contar con un espacio que les permita desarrollar todo su potencial cuando viven en hogares o pasan gran parte del día en una institución de cuidado. Es por ello que es de vital importancia revalorizar los momentos de aprendizaje a través del juego y dar los elementos y conocimientos necesarios a los hogares y centros de primera infancia para que implementen estas mejoras en beneficio de los chicos. También es central que los niños que viven en estos hogares cuenten con acceso a tecnologías y vivan en espacios adecuados.

Con el objetivo de promover el desarrollo de vínculos resilientes a través del juego y el juguete -entre pares y entre niños y sus adultos facilitadores en el marco de la educación integral y el Derecho a Jugar- la Dirección General de Niñez y Adolescencia, el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y UNICEF llevan adelante un programa de facilitación de Equipamientos lúdicos para niños y niñas de 0 a 12 años sin cuidados parentales.

## ¿Qué pueden hacer las empresas?

- \* Apoyar el desarrollo del programa de capacitación y equipamiento en general y de elementos lúdicos y de estimulación en hogares sin cuidados parentales, aportando financiamiento.

- \* Apoyar acciones orientadas a promover el desarrollo de vínculos resilientes a través del juego, entre pares y entre niños y los adultos que están a su cuidado, en el marco de la educación integral y el derecho a Jugar.

Estas acciones pueden incluir la donación de juguetes, computadoras, libros, etc. que sean adecuados para las diferentes edades de los niños y la orientación a los adultos acerca de su mejor uso a través de capacitación, asesoría, producción de materiales.

- \* Acompañar estas acciones con otras (por ejemplo, orientación para la inserción laboral) dirigidas a los adolescentes que conviven en el mismo hogar.

### **DESAFIO:** ¿Cómo dirigir la capacidad de incidencia de la empresa hacia espacios de protección y promoción de los derechos de la infancia?

Las empresas tienen una gran capacidad de incidencia por ser actores sociales muy relevantes dentro de la comunidad. Por eso, otra forma de compromiso con la infancia desde el sector privado es incidir en las instituciones responsables a favor de políticas, leyes y presupuestos dirigidos a contribuir al pleno cumplimiento de los derechos del niño. Esto requiere de la interacción con el Estado, con grupos de interés, tomadores de decisión y otras audiencias y es conveniente realizarlo en alianza con otros actores para aumentar la capacidad de persuasión.

### **¿Por qué es importante el compromiso de las empresas?**

Para lograr mejoras en el bienestar de los niños no sólo debemos preguntarnos ¿qué derechos están siendo vulnerados?, ¿por qué?, ¿qué causa esta situación?, sino además, ¿a quién incumbe hacer algo al respecto? y ¿cuáles son las capacidades ausentes que impiden que esos actores cumplan con su deber? Estas dos preguntas clave nos llevan a pensar cualquier intervención en alianza con distintos actores: familias, comunidades, y actores gubernamentales. Reforzar las capacidades y habilidades de quienes son responsables de hacer cumplir los derechos es la mejor forma en que podemos contribuir a mejorar la vida de los niños, niñas y adolescentes de la Argentina. A partir de ese análisis la empresa deberá definir en qué nivel enfocará sus estrategias de intervención: en los estándares normativos y las políticas públicas, en la capacidad de las instituciones para implementarlas o en las creencias sociales y culturales; actuando según corresponda, en alianza con gobiernos municipales, provinciales o nacionales.

### **¿Qué pueden hacer las empresas?**

- \* Identificar las brechas en el cumplimiento de los derechos de los chicos, es decir, la distancia entre la situación ideal y la situación actual de aquellos derechos que están siendo vulnerados. En algunos casos, esto puede indicar la necesidad de influir para elevar los marcos normativos y así mejorar los esfuerzos de los gobiernos para proteger a la infancia.
- \* Consolidar mesas y espacios de trabajo intersectoriales para poner en agenda temas prioritarios para la infancia.

- \* Identificar los cuellos de botella para la implementación y seguimiento efectivo de las políticas públicas vinculadas a infancia. Esto requiere incorporar una mirada integral que permita analizar la legislación vigente y el diseño de las políticas, el presupuesto destinado para su implementación, la oferta concreta de insumos y servicios, su accesibilidad para los destinatarios, y las normas sociales y prácticas de las comunidades para su uso.
- \* Poner a disposición de instituciones responsables de proteger los derechos del niño, recursos que permitan monitorear su cumplimiento.
- \* Influir en cambios de comportamiento en el sector privado.
- \* Promover y facilitar sinergias y alianzas público-privadas.

Algunos de los temas prioritarios para UNICEF, en torno a los cuales trabajamos para incidir en la agenda pública, son:

- Primera infancia
- Protección social (incluyendo problemáticas como Pobreza y Trabajo infantil)
- Violencia y Abuso
- Participación y Ciudadanía Digital
- Alimentación Saludable y Enfermedades no Transmisibles
- Educación Secundaria
- Embarazo Adolescente
- Justicia Penal Juvenil
- Responsabilidad Social Empresaria





# Anexo I

## Embarazo y parto

### *Tratamiento en la Convención de los Derechos del Niño*

El derecho de todos los niños a la vida y a la salud integral está reconocido a nivel internacional en la Convención sobre los Derechos del Niño (arts. 6 y 24). Particularmente, se hace referencia a la necesidad de asegurar la atención sanitaria prenatal y posnatal apropiada para las madres (art. 24).

### *Vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*

\* Para 2030, reducir la tasa mundial de mortalidad materna a menos de 70 por cada 100.000 nacidos vivos (meta del ODS 3)<sup>3</sup>.

\* Para 2030, poner fin a las muertes evitables de recién nacidos y de niños menores de 5 años, logrando que todos los países intenten reducir la mortalidad neonatal al menos hasta 12 por cada 1.000 nacidos vivos, y la mortalidad de niños menores de 5 años al menos hasta 25 por cada 1.000 nacidos vivos (meta del ODS 3).

\* Para 2030, reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento (...) (meta del ODS 3).

### *Normativa local:*

En la Argentina, los derechos a la buena calidad de vida y a la salud integral están garantizados por la Ley de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes (Nro. 26.061, arts. 8 y 14), en la cual se destaca la prioridad de niñas, niños, adolescentes y mujeres embarazadas en la atención por parte de las instituciones de salud.

Adicionalmente, otras leyes se refieren a los cuidados de la embarazada y del recién nacido. Estas son la Ley 25.929 de Parto Humanizado (plantea que todas las mujeres tienen derecho a un embarazo, parto y posparto respetado y seguro; establece el derecho del recién nacido a ser tratado con respeto y dignidad y a que quede asegurado su derecho a la identidad) y la Ley 26.279 de Pesquisa Neonatal (establece la obligatoriedad de que en todos los establecimientos donde se atiendan partos y/o a recién nacidos/as se practiquen las determinaciones para la detección y posterior tratamiento de ciertas afecciones).

## Lactancia

### *Tratamiento en la Convención de los Derechos del Niño*

En su artículo 24, la CDN expresa el derecho de los niños a la salud integral, y plantea explícitamente la necesidad de que los padres, madres y la sociedad en general conozcan las ventajas de la lactancia materna, y reciban apoyo para la aplicación de dichos conocimientos.

### *Vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*

---

<sup>3</sup> El equivalente, según las mediciones de la DEIS del Ministerio de Salud de la Nación, sería 7 cada 10.000 nacidos vivos.

\* Para 2030, poner fin a todas las formas de malnutrición (...) y abordar las necesidades de nutrición de las adolescentes, las mujeres embarazadas y lactantes y las personas de edad (meta ODS 2).

#### Normativa local:

En la Argentina, la Ley 26.873 establece la promoción de la lactancia materna exclusiva hasta los seis meses y complementaria hasta los dos años, y la concientización pública acerca de su importancia. Además, promueve el establecimiento de lactarios en los lugares de trabajo y apoya la creación de normativa necesaria para la protección de la madre trabajadora en período de lactancia.

Adicionalmente el Código Alimentario Argentino, reglamentado por la Ley 18.284, incorpora el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna de la Organización Mundial de la Salud (1981). A través de este se insta a los países a que protejan la lactancia materna poniendo fin a la comercialización inadecuada de los sucedáneos de leche materna (incluida la fórmula infantil), los biberones y las tetinas; y garantizando que los sucedáneos de la leche materna se utilicen de manera segura cuando sean necesarios.

## Cuidados y estimulación

### *Tratamiento en la Convención de los Derechos del Niño*

En su artículo 18, la CDN expresa que la responsabilidad por la crianza y el desarrollo del niño corresponde a los padres, y que ambos tienen obligaciones comunes al respecto. En su artículo 28 reconoce el derecho del niño a la educación, en igualdad de oportunidades.

### *Vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*

\* Reconocer y valorar los cuidados no remunerados y el trabajo doméstico no remunerado mediante la prestación de servicios públicos, la provisión de infraestructuras y la formulación de políticas de protección social, así como mediante la promoción de la responsabilidad compartida en el hogar y la familia, según proceda en cada país (meta ODS 5).

\* Para 2030, velar por que todas las niñas y todos los niños tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera infancia y a una enseñanza preescolar de calidad, a fin de que estén preparados para la enseñanza primaria (meta del ODS 4).

#### Normativa local:

En la Argentina, la Ley nacional 26.061 determina la igualdad en términos de obligaciones y responsabilidades por parte de la madre y el padre en la crianza, desarrollo y educación de los hijos (art. 7).

#### Licencias:

La duración de las licencias depende del régimen de contratación. En el caso de las licencias por maternidad, oscila entre 90 y 180 días. De acuerdo con los parámetros de la Organización Internacional del Trabajo (Convenio 183), el estándar mínimo de licencia por maternidad es de 14 semanas (98 días). Por su parte, las licencias por paternidad varían entre 2 y 30 días, según el régimen de contratación. Aquella establecida en la Ley de Contrato de Trabajo (el régimen más extendido y aplicado al empleo privado a nivel nacional) es la más corta de América del Sur. Los partos múltiples y la licencia por adopción no se encuentran contemplados dentro de esta ley. Las licencias familiares, parentales o de crianza son aquellas que pueden ser utilizadas por la madre, el padre o alguna otra persona autorizada para atender las necesidades de cuidado y crianza durante el período posterior a la licencia por maternidad o paternidad. En Argentina, solamente existen para los empleados públicos en Tierra del Fuego (CIPPEC; 2016).

### Cuidado infantil:

Otras normas locales vinculadas al cuidado durante la primera infancia son la Ley 27.064, que regula el funcionamiento y la supervisión pedagógica de las instituciones no incluidas en la enseñanza oficial que brindan educación y cuidado desde los 45 días a los 5 años, y la Ley 26.233, que refiere específicamente a los Centros de Desarrollo Infantil.

## Prevención de la violencia

### *Tratamiento en la Convención de los Derechos del Niño*

En su artículo 18, la CDN expresa que la responsabilidad por la crianza y el desarrollo del niño corresponde a los padres, y que ambos tienen obligaciones comunes al respecto. Asimismo, en el artículo 19 plantea la necesidad de proteger a los niños contra toda forma de perjuicio o abuso físico o mental, descuido o trato negligente, malos tratos o explotación.

### *Vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*

\* Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas (...), incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación (ODS 5).

### Normativa local:

En la Argentina, la Ley nacional 26.061 plantea el derecho de los niños y adolescentes a no ser sometidos a tratos violentos, discriminatorios, vejatorios, humillantes o intimidatorios. También expone que los niños y adolescentes no deben ser sometidos a ninguna forma de explotación económica, torturas, abusos o negligencias, explotación sexual, secuestros o tráfico para cualquier fin o en cualquier forma o condición cruel o degradante (art. 9).

Adicionalmente, la legislación argentina nacional y de algunas provincias reconoce la especificidad de los actos de violencia perpetrados contra las niñas, los niños y los adolescentes; establece mecanismos para prevenir estos episodios y para restituir a las víctimas ubicándolas en espacios seguros, ya que casi todos los ejercicios de violencia sobre los niños ocurren en los hogares y en conjunción con actos de violencia doméstica contra las mujeres.

Entre las leyes específicas vinculadas con estos temas se destacan: la Ley 24.417 de Protección Contra la Violencia Familiar (1994), la Ley 25.087 de Delitos Contra la Integridad Sexual (1999) y la Ley 26.485 de Protección Integral a las mujeres (1999). Por su parte, el nuevo Código Civil prohíbe el castigo corporal en cualquiera de sus formas, los malos tratos y cualquier hecho que menoscabe física o psíquicamente a los niños o adolescentes (art. 647).

## Educación

### *Tratamiento en la Convención de los Derechos del Niño*

En su artículo 28 reconoce el derecho del niño a la educación, en igualdad de oportunidades. En particular, hace foco en la educación primaria obligatoria y gratuita para todos, el acceso a la enseñanza secundaria, y las medidas para fomentar la asistencia regular a las escuelas y reducir las tasas de deserción escolar.

### *Vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*

\* Para 2030, velar por que todas las niñas y todos los niños tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera infancia y a una enseñanza preescolar de calidad, a fin de que estén preparados para la enseñanza primaria (meta del ODS 4).

- \* Para 2030, velar por que todas las niñas y todos los niños terminen los ciclos de la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y producir resultados escolares pertinentes y eficaces (meta del ODS 4).
- \* Construir y adecuar instalaciones escolares que respondan a las necesidades de los niños y las personas discapacitadas y tengan en cuenta las cuestiones de género, y que ofrezcan entornos de aprendizaje seguros, no violentos, inclusivos y eficaces para todos (meta del ODS 4).
- \* Aumentar de forma significativa el acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones y esforzarse por facilitar el acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados a más tardar en 2020 (meta del ODS 9).

#### Normativa local:

El derecho a una educación en condiciones de igualdad de oportunidades se encuentra consagrado en el artículo 14 de la Constitución Nacional.

La Ley 26.206 de Educación Nacional regula el ejercicio del derecho a la educación y define las características del nivel inicial como una unidad pedagógica que comprende a los niños desde los 45 días hasta los 5 años (art. 18). La obligatoriedad escolar en todo el país se extiende, a partir de 2015, desde los 4 años hasta los 18, con la obligatoriedad de universalizar la sala de 3 años (Ley 27.045).

Otras normas locales vinculadas al derecho a la educación son: la Ley 25.864 (establece el compromiso de asegurar un ciclo lectivo de una cantidad determinada de días de clase); la Ley 26.075 de Financiamiento Educativo (define un incremento de la inversión en educación y fija metas de cobertura en educación inicial, de extensión de la jornada escolar primaria y de mejora de la calidad); y la Ley 26.058 de Educación Técnico Profesional (regula la oferta y el financiamiento de esta modalidad).

## Salud adolescente

### *Tratamiento en la Convención de los Derechos del Niño*

En su artículo 24, la CDN expresa el derecho de los niños y adolescentes a la salud integral, y plantea explícitamente la necesidad de desarrollar la atención sanitaria preventiva, la orientación a padres y la educación y servicios en materia de planificación de la familia. Asimismo, se plantea la necesidad de adoptar medidas para proteger a los niños contra el uso ilícito de estupefacientes y sustancias psicotrópicas (art. 33).

### *Vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*

- \* Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol (meta del ODS 3).
- \* Para 2020, reducir a la mitad el número de muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico en el mundo (meta del ODS 3).
- \* Para 2030, garantizar el acceso universal a los servicios de salud sexual y reproductiva, incluidos los de planificación de la familia, información y educación, y la integración de la salud reproductiva en las estrategias y los programas nacionales (meta del ODS 3).
- \* Garantizar el acceso universal a la salud sexual y reproductiva y los derechos reproductivos, de conformidad con el Programa de Acción de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo, la Plataforma de Acción de Beijing y los documentos finales de sus conferencias de examen (meta del ODS 5).

#### Normativa local:

En la Argentina, el derecho a la salud integral está garantizado por la Ley de Protección Integral de los

Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes (Nro. 26.061, arts. 14), en la cual se destaca la prioridad de niñas, niños, adolescentes y mujeres embarazadas en la atención por parte de las instituciones de salud. El Decreto 415/06, que reglamenta dicha ley, plantea que el derecho a la atención integral de la salud del adolescente incluye el abordaje de su salud sexual y reproductiva.

Otras normas locales vinculadas a esta temática son la Ley 25.673 de Salud Sexual y Procreación Responsable; la Ley 26.150 de Educación Sexual Integral (establece el derecho de todos los educandos a recibir educación sexual integral en los establecimientos escolares); y la Ley 26.529 de Derechos del Paciente, Historia Clínica y Consentimiento Informado (promueve y difunde el derecho de los y las adolescentes a acceder al sistema de salud en forma autónoma, sin el acompañamiento de un adulto y en el marco del respeto de la confidencialidad).

## Obesidad y sobrepeso

### *Tratamiento en la Convención de los Derechos del Niño*

En su artículo 24, la CDN expresa el derecho de los niños a la salud integral, y plantea explícitamente la necesidad de combatir la malnutrición y de asegurar que los padres, madres y la sociedad en general conozcan los principios básicos de la nutrición de los niños, y reciban apoyo para la aplicación de dichos conocimientos.

### *Vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*

\* Para 2030, poner fin a todas las formas de malnutrición, logrando, a más tardar en 2025, las metas convenidas internacionalmente sobre el retraso del crecimiento y la emaciación (desnutrición aguda) de los niños menores de 5 años, y abordar las necesidades de nutrición de las adolescentes, las mujeres embarazadas y lactantes y las personas de edad (meta del ODS 2).

### Normativa local:

La Ley 25.724, de Creación del Programa de Nutrición y Alimentación Nacional, establece la obligatoriedad de cubrir los requisitos nutricionales de diferentes grupos vulnerables, priorizando a las mujeres embarazadas y a los niños hasta los 5 años de edad.

La Ley 26.396 declara de interés nacional la prevención y el control de los trastornos alimentarios (obesidad, bulimia, anorexia nerviosa).

## Uso responsable de tecnologías de información y comunicación

### *Tratamiento en la Convención de los Derechos del Niño*

En su artículo 17 reconoce la importancia de los medios de comunicación, pero destaca la necesidad de proteger a los niños contra toda información y material perjudicial para su bienestar.

### *Vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*

\* Aumentar de forma significativa el acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones y esforzarse por facilitar el acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados a más tardar en 2020 (meta del ODS 9).

### Normativa local:

La Ley 26.061 establece que las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a ser respetados en su dignidad, reputación y propia imagen. Por ello, prohíbe difundir información o imágenes a través de cualquier medio de comunicación en contra de su voluntad y la de sus padres, cuando se lesionen su dignidad o reputación, o cuando constituyan injerencias arbitrarias e ilegales en su intimidad familiar (art. 22).

Adicionalmente, la Ley 26.522 establece la creación de un Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (CONACAI) con el propósito de garantizar una comunicación audiovisual de calidad para la infancia a través de diferentes tareas (presentación de proyectos de mejora de contenidos, establecimiento de criterios y diagnóstico de contenidos vigentes, capacitación, realización de estudios, entre otros).

## Trabajo infantil y protección al trabajo adolescente

### *Tratamiento en la Convención de los Derechos del Niño*

La CDN plantea el derecho del niño a estar protegido contra la explotación económica y el desempeño de cualquier trabajo que pueda ser peligroso, nocivo para su salud y desarrollo o entorpezca su educación. Frente a esto, establece la necesidad de fijar una edad mínima para trabajar, determinar horarios y condiciones de trabajo apropiados y estipular sanciones ante incumplimientos (art. 32).

#### Normativa internacional:

El art. 32 de la CDH establece el derecho de todo NNyA a estar protegido de la explotación económica y de cualquier trabajo que pueda entorpecer su pleno desarrollo.

Memorándum 128 de la OIT sobre edad mínima de admisión al empleo.

#### *Vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*

\* Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas modernas de esclavitud y la trata de seres humanos y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados, y, a más tardar en 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas (ODS 8).

\* Para 2020, reducir sustancialmente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación (meta del ODS 8).

\* Para 2020, desarrollar y poner en marcha una estrategia mundial para el empleo de los jóvenes y aplicar el Pacto Mundial para el Empleo de la Organización Internacional del Trabajo (meta del ODS 8).

\* Para 2030, lograr el empleo pleno y productivo y garantizar un trabajo decente para todos los hombres y mujeres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, y la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor (meta del ODS 8).

#### Normativa local:

La Ley 26.061 de Protección Integral garantiza el derecho de los adolescentes a la educación y a trabajar dentro de las restricciones que imponga la legislación vigente y los convenios internacionales sobre erradicación del trabajo infantil (art. 25).

Otras normas locales que se refieren a este tema son la Ley 26.390 de Prohibición del Trabajo Infantil y Protección del Trabajo Adolescente, que eleva a 16 años la edad mínima de ingreso en el empleo y brinda un marco especial de protección a los adolescentes de 16 y 17 años que trabajan, y la Ley 26.847, que establece multas y sanciones penales a quienes contraten niñas o niños. Estas últimas son recogidas en el artículo 148 bis del Código Penal de la Nación sancionado en 2015.

## Trata de personas

### *Tratamiento en la Convención de los Derechos del Niño*

La CDN establece la necesidad de proteger a los niños contra cualquier forma de explotación y abuso sexual (art. 34) y de adoptar medidas para impedir su venta o trata (art. 35).

Vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

\* Adoptar medidas inmediatas y eficaces para poner fin a la trata de seres humanos (meta del ODS 8).

Normativa local:

En Argentina, la Ley 26.364 dispone medidas destinadas a prevenir y sancionar la trata de personas, asistir y proteger a sus víctimas.





# Anexo II

## Evento Empresas e Infancia 2020: Informe de los resultados de las mesas de trabajo

En este anexo compilamos los resultados de las 35 mesas de trabajo desarrolladas durante el evento **Empresas e Infancia 2020** organizado por UNICEF Argentina el 28 de marzo de 2017. En este espacio participaron de forma activa más de 250 representantes de empresas y organizaciones sociales. Los ejes de discusión de las mesas de trabajo han sido 10 temas seleccionados por UNICEF para formar parte de la agenda que marca las prioridades “puertas adentro” y “puertas afuera” de las empresas, en relación a la promoción de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

El contenido que se muestra a continuación forma parte de este proceso de construcción colectiva en el que se involucraron múltiples actores para enriquecer la conformación y definición de una agenda conjunta sobre la responsabilidad social empresaria y el cumplimiento de derechos de los chicos y adolescentes, y proponer posibles roles estratégicos para UNICEF en su relación con el sector privado.

Agradecemos a todas aquellas personas que realizaron un aporte para enriquecer el trabajo de este primer Evento Empresas e Infancia.

### Empresas “Puertas Adentro”

#### Embarazo y parto

**Subtemas:** controles médicos y tiempo flexible para controles.

**Problemas o trabas identificados por las empresas participantes para implementar este tipo de medidas:**

\* Falta de conocimiento interno sobre el rol promotor de las empresas en temas relacionados al embarazo y al parto.

**Rol estratégico sugerido:**

\* Promover la inclusión de los temas relacionados al embarazo y al parto en la agenda corporativa de sustentabilidad hacia el público interno.

\* Generar evidencia e información sobre buenas prácticas en empresas en torno a las siguientes medidas: promoción entre las trabajadoras de la realización de controles médicos en embarazos, flexibilidad de horarios de trabajo para realizar controles, registro y seguimiento de los controles realizados por las empleadas.

#### Maternidad, paternidad y lactancia

**Subtemas:** licencias por maternidad y paternidad, y promoción de la lactancia materna.

### **Problemas o trabas identificados por las empresas participantes para implementar este tipo de medidas:**

- \* Necesidad de mayor evidencia e información que clarifique los costos y beneficios para implementar buenas prácticas de cuidado, estableciendo las diferencias entre las cargas que le corresponden al Estado y los costos directos para las empresas, y las normativas vigentes.
- \* Escasa sensibilización por parte de las empresas sobre la relación virtuosa que existe entre las políticas de cuidado para el público interno y la productividad.

### **Rol estratégico sugerido:**

- \* Promover la inclusión de los temas relacionados a la extensión de las licencias por maternidad y paternidad, y la promoción de la lactancia materna en la agenda corporativa de sustentabilidad hacia el público interno.
- \* Generar evidencia e información sobre buenas prácticas en empresas en torno a las siguientes medidas: lactancia, licencias extendidas para padres y madres, costos y procedimientos para implementar dichas medidas, políticas vinculadas a la reincorporación gradual al empleo tras la licencia por maternidad (por ejemplo, tiempo flexible y jornada reducida).
- \* Promover la agenda de políticas de cuidado en las empresas, en especial entre las medianas y pequeñas empresas.

## **Cuidado y crianza**

**Subtemas:** licencias familiares, estimulación temprana y crianza sin violencia.

### **Problemas o trabas identificados por las empresas participantes para implementar este tipo de medidas:**

- \* Falta de reglas y protocolos explícitos en las empresas sobre licencias familiares y temas de cuidado para padres y madres.
- \* Escasa sensibilización por parte de la gerencia en temas de cuidado.
- \* Necesidad de generar evidencia e información para trabajar temas de cuidado, estimulación temprana y crianza sin violencia desde las empresas.
- \* Existencia de empleo informal (trabajo no registrado o consultorías) que no otorga derechos básicos a las personas.

### **Rol estratégico sugerido:**

- \* Promover la inclusión de los temas relacionados al cuidado y a la crianza en la agenda corporativa de sustentabilidad hacia el público interno.
- \* Generar evidencia e información sobre buenas prácticas en empresas en torno a: licencias familiares, estimulación temprana y crianza sin violencia. Distinguir problemas y necesidades según industrias y definir sectores prioritarios.
- \* Diseñar un programa de formación de personal para implementar talleres y charlas al público interno, y abordar temas de crianza sin violencia y estimulación temprana.
- \* Promover la agenda de políticas de cuidado en las empresas, en especial entre las medianas y pequeñas empresas.

## **Potenciales productos e iniciativas sugeridas por UNICEF para acompañar a las empresas (en torno a temas de: embarazo y parto; maternidad, paternidad y lactancia; cuidado y crianza):**

- \* Mesas de trabajo en formato de grupo promotor para instalar el tema de la sustentabilidad en la gestión del público interno en las empresas.
- \* Participación efectiva y activa en foros y jornadas empresariales para posicionar los temas de cuidado.
- \* Programa de talleres (capacitaciones y/o charlas) a empresas grandes y a las pyme que forman parte de su cadena de valor.
- \* Materiales de difusión e información para facilitar la implementación de políticas de cuidado en las empresas y generar acciones de sensibilización dirigidas al público interno. Directivas concretas para instalar salas de cuidado y lactarios, evidencia sobre los beneficios de promover licencias por maternidad y paternidad extendidas, licencias familiares, y medidas relacionadas a la disminución del stress, a la estimulación temprana y a la crianza sin violencia <sup>4</sup>.
- \* Estudio sobre “Buenas prácticas en las políticas de cuidado de las empresas” (en proceso de elaboración).
- \* Plataforma virtual interactiva de UNICEF para que las empresas implementen un proceso de mejora continua, que incluya procesos de autoevaluación para entender los desafíos, hoja de ruta y plan de trabajo para identificar el camino y generar los cambios, y monitoreo del progreso.

## **Educación básica**

**Subtema:** educación obligatoria (primaria y secundaria) de trabajadores y de los hijos de madres y padres trabajadores.

**Problemas o trabas identificados por las empresas participantes para implementar este tipo de medidas:**

- \* Falta de institucionalización por parte de las empresas de beneficios de flexibilización de horarios para que padres y madres trabajadores participen de la educación de sus hijos.
- \* Falta de conocimiento interno sobre el rol promotor de las empresas en temas relacionados a la educación formal de los trabajadores y de los hijos/as de los trabajadores.
- \* Falta de articulación entre las empresas y el sector público respecto a las inversiones sociales que realizan las empresas en la educación formal.

**Rol estratégico sugerido:**

- \* Difusión de información sobre mecanismos a implementar en empresas para dar seguimiento a la escolarización de los empleados y sus hijos/as (registro de escolarización).
- \* Promover la ampliación de derechos en relación a: horarios flexibles para que padres y madres participen de la escolarización de sus hijos y entrega de kits escolares para los hijos de padres y madres trabajadores.
- \* Promover y reforzar mecanismos de articulación en proyectos de inversión social privada relacionados a la educación obligatoria.

---

<sup>4</sup> Para mayor información acerca de las políticas de cuidado en el marco de las empresas consultar “El rol de las empresas en la promoción de paternidades y maternidades responsables” (EXI, 2015) en el siguiente vínculo: [https://www.unicef.org/argentina/spanish/PFP\\_RSE\\_RolEmpresas\\_PromocionPaternidadesMaternidadesResponsables\\_EXI\(1\).pdf](https://www.unicef.org/argentina/spanish/PFP_RSE_RolEmpresas_PromocionPaternidadesMaternidadesResponsables_EXI(1).pdf). Asimismo, acerca de la organización social del cuidado, consultar “Las lógicas del cuidado infantil: entre las familias, el estado y el mercado” en el siguiente vínculo: <https://www.unicef.org/argentina/spanish/cuidadoinfantil.pdf>

### Potenciales productos e iniciativas sugeridas por UNICEF para acompañar a las empresas:

- \* Materiales de difusión e información acerca de buenas prácticas para facilitar la implementación de medidas en las empresas y generar acciones de sensibilización para el público interno en pos de ampliar la participación de padres y madres en la educación de sus hijos/as. Se promueve a la educación como un derecho fundamental.
- \* Directivas para el registro de escolarización de empleados e hijos de empleados y recomendaciones para la entrega de kits escolares.

## Protección integral adolescente

**Subtemas:** acceso a servicios de salud, alimentación saludable y uso responsable de TIC.

**Problemas o trabas identificados por las empresas participantes para implementar este tipo de medidas:**

- \* Los adolescentes no son una prioridad en las políticas de responsabilidad social empresarial (RSE). Las empresas necesitan contar con mayor información acerca de los problemas de la adolescencia y las formas efectivas de abordarlos.
- \* Baja participación de padres y madres en instancias organizadas por empresas para abordar problemas de hijos/as adolescentes. Necesidad de fortalecer la implementación de acciones de RSE para el público interno.

**Rol estratégico sugerido:**

- \* Difusión de información sobre las principales problemáticas adolescentes para facilitar la implementación de medidas de promoción y protección por parte de las empresas y generar acciones de sensibilización para el público interno.

### Potenciales productos e iniciativas sugeridas por UNICEF para acompañar a las empresas:

- \* Materiales informativos acerca de las problemáticas adolescentes para facilitar la implementación de medidas en las empresas e impulsar acciones de sensibilización para el público interno (por ejemplo, videos, talleres y charlas organizadas por las empresas). Posibles temas a abordar: abuso sexual, abuso de sustancias psicoactivas, violencia, bullying y ciberbullying, uso responsable de TIC, embarazo, acceso al sistema de salud, derechos en temas de salud, alimentación saludable, entre otros<sup>5</sup>.

## Preparación para la vida adulta

**Subtemas:** trabajo infantil en la cadena de valor y trabajo joven protegido.

**Problemas o trabas identificados por las empresas participantes para implementar este tipo de medidas:**

- \* Jóvenes que carecen de formación específica para trabajar en empresas y escasas oportunidades laborales, en especial para jóvenes en situación de vulnerabilidad social. Falta de compromiso por parte de los decisores en empresas.
- \* Mecanismos ineficientes e insuficientes para prevenir y erradicar el trabajo infantil en la cadena de valor de grandes empresas.
- \* Falta de conocimiento de las normativas vigentes sobre trabajo infantil y de los beneficios fiscales que resultan de la aplicación de programas de inserción laboral de jóvenes.

---

<sup>5</sup> Para mayor información acerca de las problemáticas adolescentes, consultar las diversas publicaciones elaboradas por UNICEF en los temas relacionados a adolescencia: <https://www.unicef.org/argentina/spanish/resources.html>.

### **Rol estratégico sugerido:**

- \* Promover la articulación público-privada para generar sinergia en torno a temas de promoción del empleo joven y erradicación del trabajo infantil o trabajo forzoso.
- \* Generación de información y evidencia sobre oportunidades para las empresas de promover la autonomía adolescente y el empleo joven.
- \* Generar alianzas estratégicas con el sector privado, incluido el sector pyme, para generar instancias de capacitación y formación en oficios y habilidades, y oportunidades laborales para jóvenes en situación de vulnerabilidad social.

### **Potenciales productos e iniciativas sugeridas por UNICEF para acompañar a las empresas:**

- \* Acciones de sensibilización e información y generación de alianzas estratégicas para motivar a las empresas a brindar oportunidades laborales a jóvenes en situación de vulnerabilidad social.
- \* Información sobre la normativa vigente de trabajo infantil <sup>6</sup> y buenas prácticas dirigida a grandes empresas para que apliquen al nivel de su cadena de valor. Material con sugerencias para generar, entre otras medidas, cláusulas de prohibición de trabajo infantil en los contratos con proveedores.
- \* Material informativo con recomendaciones sobre cómo implementar una política responsable de contratación de jóvenes considerando las normativas de trabajo infantil.
- \* Proyecto “Llaves para la autonomía” dirigido a la preparación para la vida adulta de adolescentes y jóvenes que viven en hogares sin cuidados parentales.

## **Empresas “Puertas Afuera”**

### **Productos y servicios seguros**

**Subtemas:** productos y servicios pensados desde un enfoque de derechos de NNyA.

**Problemas o trabas identificados por las empresas participantes para implementar este tipo de medidas:**

- \* Las áreas de producción y comercialización no cuentan con información para pensar los productos y servicios desde una perspectiva de derechos de NNyA, y el área de RSE tiene poca influencia sobre dichas áreas. La RSE se visualiza separada del core del negocio.
- \* Bajo involucramiento de los CEO en temas decisorios sobre sustentabilidad y perspectiva de derechos en los negocios.
- \* Escasa información sobre el correcto etiquetado de alimentos y bebidas, falta de normativas y regulación sobre el tema. Desde las empresas no se comprende cómo se debe desarrollar un producto o servicio que integre una mirada de DNNyA.

### **Rol estratégico sugerido:**

- \* Generar acciones de sensibilización y material de difusión para que en las empresas se comprenda el modo de integrar una mirada de derechos de NNyA dentro del negocio. Material dirigido a áreas de marketing, de productos y comercialización, y también para directivos.
- \* Implementar líneas de trabajo con empresas de los sectores de transporte y turismo, tomando como referencia el Código de Conducta Nacional para la protección de los derechos de NNyA en viajes y turismo <sup>7</sup>.

<sup>3</sup> Para obtener mayor información sobre la Ley 26.390, consultar: [https://www.unicef.org/argentina/spanish/publi\\_Ley26390.pdf](https://www.unicef.org/argentina/spanish/publi_Ley26390.pdf).

- \* Promover iniciativas vinculadas con las temáticas de la ciudadanía digital, protección online, ciberbullying, grooming, etc.
- \* Impulsar iniciativas conjuntas con el sector privado para promocionar la alimentación saludable entre NNyA.
- \* Promover medidas que contemplen las diferencias y especificidades de cada sector empresarial.

### **Potenciales productos e iniciativas sugeridas por UNICEF para acompañar a las empresas:**

- \* Información con recomendaciones sobre el diseño de productos y servicios seguros para NNyA para difundir en áreas específicas de las empresas o dirigidos a sectores o industrias estratégicos.
- \* Evidencia sobre el impacto positivo que tiene en las empresas la implementación de buenas prácticas que respeten y promuevan los derechos de los NNyA (posicionamiento de la marca, fidelización de los clientes, licencia social para operar, entre otros).

**- Sectores de transporte y turismo y la prevención de la trata y la explotación sexual y comercial infantil.** Acciones empresariales para prevenir y eliminar la explotación sexual comercial y la trata de NNyA, entre ellas: a) capacitación a empleados para detectar y reportar situaciones de trata y explotación infantil, b) información -flyers y videos- para pasajeros y/o clientes, c) alianzas o conformación de una red empresarial (transporte, agencias y hoteles) con participación de actores públicos, d) inclusión de una cláusula contra la trata y la explotación en contratos con proveedores, entre otras acciones.

**- Sector de telecomunicaciones y la promoción del uso correcto y seguro de tecnologías y aplicaciones en el marco de la ciudadanía digital:** a) mesas de trabajo con grupo promotor de representantes de empresas del sector, b) guía sobre la integración de políticas y procesos corporativos del orden normativo en consideración de los derechos de NNyA para garantizar un entorno seguro de navegación online.

**- Sector de alimentos y bebidas y el fomento de la alimentación saludable de NNyA:** estudios relacionados a temas de etiquetado<sup>8</sup>, marketing y publicidad y entornos saludables en relación a la industria de alimentos y bebidas.

## **Marketing y publicidad adecuada**

**Subtemas:** Impacto de los mensajes de las publicidades en NNyA.

**Problemas o trabas identificados por las empresas participantes para implementar este tipo de medidas:**

- \* Falta de políticas escritas en las empresas, que garanticen la protección de NNyA en las acciones de marketing y publicidad, y la incorporación de una visión inclusiva desde una perspectiva de derechos. Este tipo de medidas son vistas como restrictivas hacia los creativos publicitarios y perjudiciales para el negocio.
- \* Falta de conocimiento acerca del marco regulatorio y ausencia de sanciones y políticas para que se cumplan las leyes.
- \* No hay una fuerte condena social ante la vulneración de derechos en publicidades, al ser estas, en la mayoría de los casos, muy sutiles.

<sup>7</sup> Para obtener información acerca de la iniciativa del Código de Conducta Nacional para la protección de los derechos de NNyA en viajes y turismo, consultar: [https://www.unicef.org/argentina/spanish/codigo\\_conducta.pdf](https://www.unicef.org/argentina/spanish/codigo_conducta.pdf).

<sup>8</sup> Para obtener información sobre temas de etiquetado de alimentos y bebidas procesados, consultar: [https://www.unicef.org/lac/20161120\\_UNICEF\\_LACRO\\_Etiquetado\\_Resumen\\_LR.pdf](https://www.unicef.org/lac/20161120_UNICEF_LACRO_Etiquetado_Resumen_LR.pdf).

### **Rol estratégico sugerido:**

- \* Generación de información y evidencia acerca de buenas prácticas y responsabilidad corporativa en temas de marketing y publicidad dirigidos a los responsables de marketing y comunicación.
- \* Crear espacios de diálogo acerca de buenas prácticas, regulación del estado y autorregulación. Considerar sobretodo la publicidad en redes sociales.

### **Potenciales productos e iniciativas sugeridas por UNICEF para acompañar a las empresas:**

- \* Cuadernillo de UNICEF: “Comunicación, marketing e infancia: recomendaciones para empresas”<sup>9</sup>.
- \* Información y acciones de sensibilización dirigidas a áreas específicas de las empresas, con especial consideración de las industrias estratégicas. Evidencia sobre el impacto positivo de generar buenas prácticas.
- \* Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Lecha Materna, promovido por UNICEF y la OMS.

## **Inversión Social Privada**

**Subtema:** Inversión Social Privada (ISP) en infancia desde una perspectiva de derechos, diagnósticos participativos y cofinanciamiento.

### **Problemas o trabas identificados por las empresas participantes para implementar este tipo de medidas:**

- \* En general no se realizan diagnósticos participativos y exhaustivos antes de generar iniciativas de ISP. Dificultad para generar indicadores clave, medir el impacto y los resultados, falta de planificación estratégica.
- \* No existen mecanismos adecuados para promover el diálogo entre los diferentes actores involucrados. Dificultad en la articulación público-privada.

### **Rol estratégico sugerido:**

- \* Promover entre las empresas mecanismos eficientes para la realización de diagnósticos participativos y monitoreo y evaluaciones de los proyectos de ISP en infancia para generar mayor sostenibilidad de los mismos.
- \* Generar alianzas con empresas para lograr el apoyo financiero y no financiero a los proyectos impulsados por UNICEF Argentina y otras organizaciones sociales que trabajan en temas de niñez.

### **Potenciales productos e iniciativas sugeridas por UNICEF para acompañar a las empresas:**

- \* Cuaderno para la acción: “Inversión Social Privada en Infancia de UNICEF”<sup>10</sup>.
- \* Participación activa en mesas de diálogo multiactorales: OSC, Organismos públicos, beneficiarios, para definir prioridades de inversión y generar sinergia.

## **Articulación Público-Privada**

**Subtema:** sinergias y alianzas público-privadas para la promoción de los derechos de NNyA.

---

<sup>9</sup> Disponible en: [https://www.unicef.org/argentina/spanish/monitoreo\\_RSE\\_Comunicacion-Marketing-e-Infancia..pdf](https://www.unicef.org/argentina/spanish/monitoreo_RSE_Comunicacion-Marketing-e-Infancia..pdf).

<sup>10</sup> Disponible en: [https://www.unicef.org/argentina/spanish/monitoreo\\_pfp\\_rse\\_Cuadernos\\_Inversion\\_Social\\_Privada\\_en\\_Infancia.pdf](https://www.unicef.org/argentina/spanish/monitoreo_pfp_rse_Cuadernos_Inversion_Social_Privada_en_Infancia.pdf).

**Problemas o trabas identificados por las empresas participantes para implementar este tipo de medidas:**

- \* Falta de conocimiento por parte de las empresas sobre las necesidades de NNyA y falta de información acerca de las prioridades de inversión social pública.
- \* Falta de confianza mutua entre actores de los distintos sectores. Prejuicios hacia el sector público.

**Rol estratégico sugerido:**

- \* Promover y facilitar sinergia, diálogo y alianzas público-privadas, y motivar a las empresas a que usen su posición de poder para influir positivamente en la agenda de la responsabilidad social empresaria en temas de infancia (RSE-I).

**Potenciales productos e iniciativas sugeridas por UNICEF para acompañar a las empresas:**

- \* Participación en mesas de diálogo en torno a la RSE-I.
- \* Nexos y coordinación con actores del sector público, en especial de los departamentos de RSE de los Ministerios.





## Referencias Bibliográficas

- ADECCO. (2016). "En Argentina hay más de un millón de jóvenes que no estudia ni trabaja". Publicado en página web institucional de ADECCO. Disponible en: <http://www.adecco.com.ar/en-argentina-hay-mas-de-un-millon-de-jovenes-que-no-estudia-ni-trabaja/>
- CIPPEC. (2016). El futuro es hoy. Primera infancia en la Argentina. Argentina: Editorial Biblos – CIPPEC.
- Doncel – FLACSO – UNICEF. (2015). Construyendo autonomía. Un estudio entre pares sobre la transición hacia la vida adulta de jóvenes sin cuidados parentales.
- Empresas por la Infancia. (2012). Situación de la RSE y la infancia en la Argentina. Argentina: Fundación Arcor – UNICEF – Save the Children.
- Empresas por la Infancia. (2006). Inversión social empresaria en infancia y adolescencia en la Argentina. Argentina: Fundación Arcor – Fundación C&A – Save the Children – UNICEF.
- Fundación Inter-Americana del Corazón (FIC) – Argentina. (2016). "Publicidad de alimentos dirigidas a niños y niñas en la Argentina". Documento informativo.
- Krauskopf, Dina (2000) Participación social y desarrollo en la adolescencia. 2da Ed San Jose, CR. UNFPA
- Kids on line Argentina – UNICEF. (2016). Chic@s conectados. Investigación sobre percepciones y hábitos de niñas, niños y adolescentes en Internet y redes sociales.
- SENAF y UNICEF. (2014). Encuesta de Indicadores Múltiples por Conglomerados 2011/2012, Informe Final. Argentina.
- UNICEF. (2011). Maternidad segura y centrada en la familia. Conceptualización e implementación del modelo.
- UNICEF. (2013). Los niños son asunto de todos. Manual de trabajo 2.0. Ginebra: UNICEF.
- UNICEF. (2015). Agenda por la infancia y la adolescencia 2016-2020. 12 propuestas. Argentina: UNICEF.
- UNICEF. (2016a). Estado de situación de la niñez y la adolescencia en Argentina. Argentina: UNICEF.
- UNICEF. (2016b). Para cada niño, el mejor comienzo. Documento de posicionamiento. Argentina: UNICEF.
- UNICEF. (2016c). Documento del programa para el país. Argentina.
- UNICEF. (2016d). Un análisis de los datos del Programa "Las víctimas contra las violencias". Serie Violencia sexual contra niñas, niños y adolescentes Nro. 3. Argentina: UNICEF.
- UNICEF-Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. (2013). Encuesta sobre condiciones de Vida de Niñez y Adolescencia. Principales resultados 2011-2012. Argentina: UNICEF – MDS.
- UNICEF – Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. (2009). Ley 26.390 – Prohibición del Trabajo Infantil y Protección del Trabajo Adolescente. Argentina: UNICEF - MTEySS.
- United States Breastfeeding Committee - USBC. (2002). Economic benefits of breastfeeding [issue paper]. Raleigh, NC: United States Breastfeeding Committee.



