

**Deloitte.**

unicef   
para cada infancia

# ¿Qué están haciendo las empresas por la niñez y adolescencia?

*Informe sobre la relación entre el sector privado  
y la niñez y adolescencia en América Latina*

EDICIÓN 2022

## **Créditos fotográficos**

© UNICEF/UN0608409/Mussapp, © UNICEF/UN0360932/Gómez/AFP-Services, © UNICEF/UN0503046/Rey de Castro, © UNICEF/UN0664642/Baldizon, © UNICEF/UN0567934/Carrillo, © UNICEF/UN0567949/Carrillo, © UNICEF/UN0352790/Volpe, © UNICEF/UN0567943/Carrillo, © UNICEF/UN0561624/Urdaneta, © UNICEF/UN0363963/Alarcón, © UNICEF/UN0561640/Urdaneta, © UNICEF/UN0498261/Cus, © UNICEF/UN0664632/Baldizon, © UNICEF/UN0664641/Baldizon, © UNICEF/UN0364358/Gil, © UNICEF/UN0498269/Cus, © UNICEF/UN0699386/Mussa, © UNICEF/UN0571835/, © UNICEF/UN0561631/Urdaneta, © UNICEF/UN0570704/, © UNICEF/UN0559480/Urdaneta

Este informe puede reproducirse libremente con la debida referencia bibliográfica

Los contenidos de este documento son las opiniones de los autores y no reflejan necesariamente las políticas o los puntos de vista de UNICEF.

## **Reconocimientos**

Deloitte

Mariella de Aurrecochea | María Gómez | Alejandro Vanrell | Nicolás Naranjo

UNICEF

Romain Sibille | Especialista Alianzas Corporativas

Ana María González Ruiz | Consultora en Alianzas Corporativas

Agradecemos a colegas de Deloitte y UNICEF en la región, así como a Pacto Global de las Naciones Unidas,

la iniciativa Conducta Empresarial Responsable ALC de la Comunidad Europea, la Oficina del

Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, y Corresponsables, por su apoyo en promover el diagnóstico.

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

Oficina Regional para América Latina y el Caribe

Calle Alberto Tejada, Edificio 102, Ciudad del Saber

Panamá, República de Panamá

Apartado postal: 0843-03045

Teléfono: + 507 301 7400

[www.unicef.org/lac](http://www.unicef.org/lac)

## **Redes**

Facebook

Twitter

YouTube

Instagram

LinkedIn

# Contenido

<b>Introducción</b> .....	4
Mensaje UNICEF .....	5
Mensaje Deloitte .....	7
Derechos del Niño y Principios Empresariales .....	8
<b>Grandes empresas</b> .....	15
Lugar de trabajo .....	16
Productos y servicios .....	21
Comunidad .....	23
Gobernanza .....	26
<b>Pequeñas y medianas empresas</b> .....	29
Lugar de trabajo y comunidad	
<b>Sectores prioritarios</b> .....	33
Alimentos y bebidas .....	34
Viajes y turismo .....	37
Minería .....	40
<b>Llamado a la acción</b> .....	43
<b>Ficha técnica</b> .....	49



# Introducción



# Introducción | Mensaje UNICEF

## El respeto de los Derechos de los niños, niñas y adolescentes es responsabilidad de todos

El sector privado es parte esencial del tejido social y económico, y prácticamente todos los niños, niñas y adolescentes se ven impactados de una forma u otra por la actividad empresarial: como consumidores de sus productos y servicios, mediante la exposición a su *marketing* y publicidad, como trabajadores jóvenes o niños y niñas en situación de trabajo infantil, como hijas e hijos de trabajadores, como usuarios de sus plataformas digitales, o conviviendo en las comunidades de influencia de la actividad empresarial donde crecen, aprenden y juegan.

En 2011, el Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas adoptó por unanimidad los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, los cuales precisan por primera vez la responsabilidad de las empresas de **respetar** los derechos humanos.

Con base en estos Principios Rectores, en 2012, **UNICEF, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Save the Children publicaron los Derechos del Niño y Principios Empresariales**, elaborados a raíz de consultas con niños, niñas y adolescentes; empresas, inversionistas, gobiernos, sociedad civil, sindicatos, instituciones nacionales de derechos humanos y agencias de las Naciones Unidas. Los principios orientan a las empresas sobre las diferentes medidas que pueden adoptar para respetar y promover los derechos de niños, niñas y adolescentes en tres ámbitos de aplicación: el lugar de trabajo, el mercado, y la comunidad y el medio ambiente.

En los últimos diez años, UNICEF ha enfocado su acción en la promoción de los diez principios empresariales, en el desarrollo de herramientas y recursos, en el acompañamiento a empresas y sectores de industria en la prevención y gestión de sus impactos en los niños, niñas y adolescentes; en el desarrollo de evidencia para abogar por cambios regulatorios que protejan sus derechos, y colaborando con autoridades gubernamentales y plataformas multi actor para visibilizar e incorporar el enfoque de la niñez y adolescencia en políticas nacionales de empresas y derechos humanos.

UNICEF también ha promovido agendas programáticas a fin de acelerar la adopción de prácticas corporativas por parte no solo de empresas sino de diferentes actores del ecosistema empresarial. Estas agendas abarcan la promoción de políticas favorables para la familia en el lugar de trabajo, la protección de la niñez y adolescencia en los entornos digitales, la promoción de entornos alimenticios saludables, y la promoción de *marketing* y publicidad responsables con los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

De acuerdo con la conmemoración de los diez años de la adopción de los Derechos del Niño y Principios Empresariales, UNICEF y Deloitte S-Latam colaboraron conjuntamente para desarrollar el presente informe regional denominado **¿Qué están haciendo las empresas por la niñez y adolescencia?**, el cual hace un balance de las acciones que implementan las empresas, incluidas pymes, en 13 países de América Latina en favor de los niños, niñas y adolescentes en los tres ámbitos de los principios empresariales.

# Introducción | Mensaje UNICEF

Los resultados de este informe se convierten en una guía para que las diferentes partes interesadas del sector privado conozcan los progresos y retos en materia de empresas y los derechos de la niñez y adolescencia, y se motiven empresas, empresarios y líderes de sectores de industria a tomar acción para identificar, priorizar y gestionar sus mayores impactos en los niños, niñas y adolescentes de América Latina.

Durante la próxima década de los Derechos del Niño y Principios Empresariales, UNICEF invita al sector privado a comprometerse con la integración de los derechos de la niñez y adolescencia de una forma más sistemática en la conducta empresarial responsable.

El respeto de los derechos humanos y, en particular, de los niños, niñas y adolescentes es una condición para la verdadera sostenibilidad. Solamente así, limitando y gestionando los impactos adversos y articulando esfuerzos y acciones con el sector privado podremos alcanzar las ambiciosas metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

¡Buena lectura!



**Javier Martos** | Jefe de Alianzas Corporativas UNICEF América Latina y el Caribe

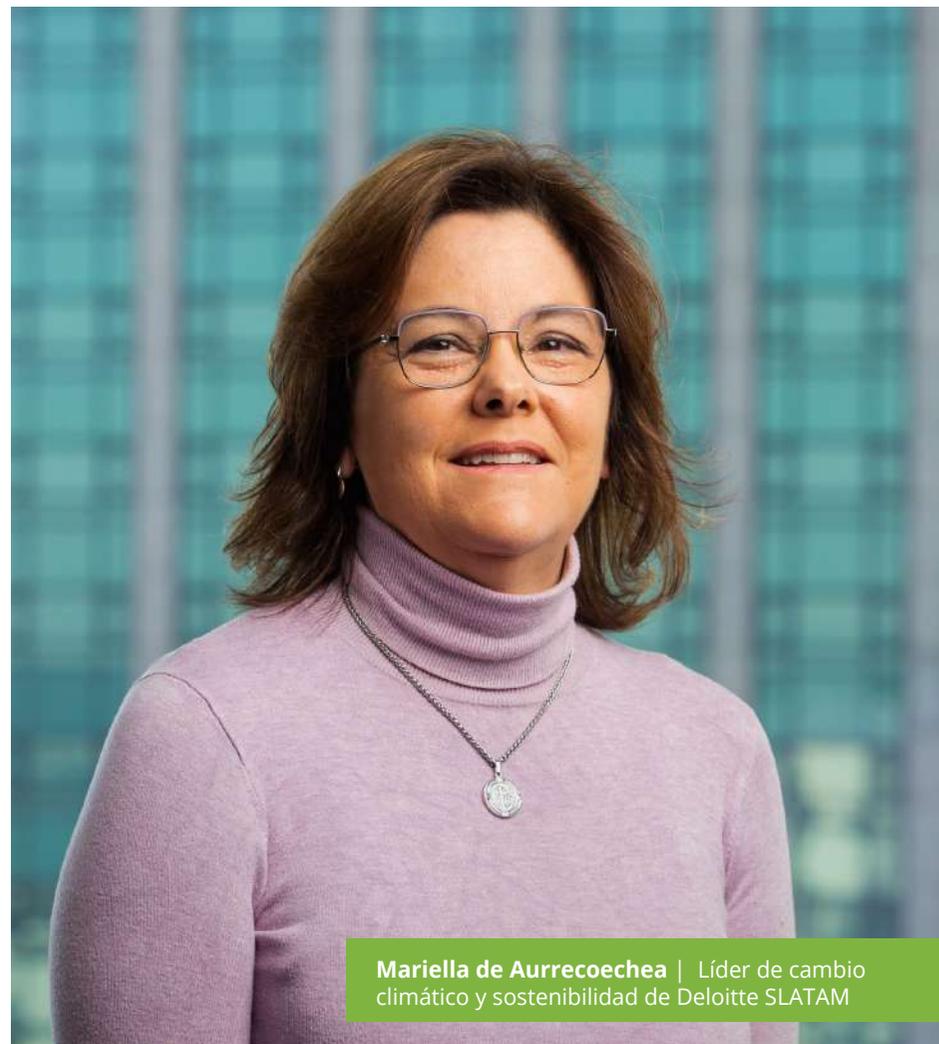
# Introducción | Mensaje Deloitte

Es un honor para Deloitte S-Latam el poder apoyar a UNICEF en el marco de los diez años de los Derechos del Niño y Principios Empresariales. A través de este estudio hemos efectuado una serie de consultas sistemáticas hacia el sector empresarial a efectos de indagar sobre iniciativas, actividades y proyectos que contribuyan al respeto y la promoción de los derechos de la niñez en el ámbito de las actividades empresariales. El estudio incluyó medianas y grandes organizaciones del ecosistema empresarial de la región, distribuidas en 13 países de América Latina.

En Deloitte consideramos que las empresas tienen un impacto directo e indirecto significativo en la niñez y en la adolescencia indistintamente de su tamaño, giro de negocio, territorio donde operan, si son nacionales o multinacionales. Las empresas son un motor económico y social corresponsables del desarrollo, promoción, cumplimiento y apoyo de los derechos de la niñez y adolescencia. Es a través de acciones, programas y políticas en que las empresas de nuestra región pueden potenciar los derechos de la niñez y adolescencia, conforme con los diez principios empresariales, en que las empresas puedan promover y desarrollar un entorno empresarial respetuoso y responsable con esta población.

Creemos en la relevancia de desarrollar impacto positivo en la niñez y adolescencia desde un foco responsable; consecuente con las necesidades sociales de los distintos países de la región. Debe existir un compromiso de educar, respetar los derechos y potenciar las oportunidades de la población infantojuvenil considerando esta población la responsable de dinamizar la economía mundial en un mediano y largo plazo.

Confiamos en que los resultados de este estudio proveerán de insumos relevantes e incentivarán al sector empresarial a tomar medidas estratégicas y operativas que favorezcan una gestión responsable y respetuosa con los derechos de la niñez y adolescencia en la región.



**Mariella de Aurrecochea** | Líder de cambio climático y sostenibilidad de Deloitte SLATAM

# Introducción | Derechos del Niño y Principios Empresariales

1

Cumplir con su responsabilidad de respetar y promover los derechos de los niños, niñas y adolescentes

2

Contribuir a la erradicación del trabajo infantil en todas las actividades empresariales y relaciones comerciales

3

Proporcionar un trabajo digno a los jóvenes trabajadores, padres y cuidadores

4

Asegurar la protección y seguridad de los niños, niñas y adolescentes en todas las actividades e instalaciones empresariales

5

Garantizar que sus productos y servicios sean seguros y que a través de ellos se promueven los derechos de los niños, niñas y adolescentes

6

Utilizar *marketing* y publicidad que respeten y apoyen los derechos de los niños, niñas y adolescentes

7

Respetar y promover los derechos de los niños, niñas y adolescentes en relación con el medio ambiente y la adquisición y uso de tierras

8

Respetar y promover los derechos de los niños, niñas y adolescentes en las disposiciones de seguridad

9

Ayudar a proteger a los niños, niñas y adolescentes afectados por situaciones de emergencia

10

Reforzar los esfuerzos de las comunidades y los gobiernos para proteger y satisfacer los derechos de los niños, niñas y adolescentes

# Introducción | Derechos del Niño y Principios Empresariales

**En los últimos diez años se ha reconocido cada vez más que prevenir el impacto adverso de las empresas sobre los derechos de los niños, niñas y adolescentes es fundamental para la sostenibilidad global y la construcción de un mundo más justo e inclusivo. Pero aún queda un largo camino por recorrer antes de que esto se implemente sistemáticamente.**

Los **Derechos del Niño y Principios Empresariales** articulan el modo en que la responsabilidad empresarial de respetar los derechos de los niños, niñas y adolescentes puede aplicarse en el lugar de trabajo, el mercado, la comunidad y el medio ambiente. Los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** han impulsado una conducta empresarial responsable decidida. Sin embargo, el reconocimiento de los derechos de la niñez y adolescencia por parte del sector empresarial aún no es sistemático.

Esto no es solo una responsabilidad de las empresas. Es una cuestión estructural para el sector empresarial, los gobiernos, los inversionistas y las plataformas empresariales en su conjunto. Hace diez años, pocas empresas llevaban a cabo evaluaciones para identificar su impacto en los niños, niñas y adolescentes. Hoy en día, existe un amplio conjunto de herramientas y orientaciones que están siendo utilizadas tanto por empresas como por sectores de industria.

Las empresas están analizando sus cadenas de suministro, sus productos y mercados para abordar impactos adversos. En un mundo cada vez más digital e interconectado, el reconocimiento del impacto de las empresas en los derechos de los niños, niñas y adolescentes ha conllevado a la promoción y creación de entornos digitales seguros y responsables. Las plataformas empresariales están abordando las cuestiones relativas a los

derechos de la niñez y adolescencia con sus miembros. Las políticas y prácticas laborales favorables para la familia son un nuevo foco de atención para las empresas y los gobiernos.

Se ha aprobado nueva legislación nacional en torno a la debida diligencia en materia de derechos humanos, en algunos países, con un enfoque explícito en la niñez y adolescencia, aunque a menudo limitada al trabajo infantil. Hace diez años, los inversionistas no se planteaban preguntas sobre el impacto negativo de las empresas en los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Esto está empezando a cambiar.

**El impacto adverso de la actividad empresarial en los niños, niñas y adolescentes es un riesgo en todas las economías, ricas y pobres. Pero el verdadero alcance de los derechos de la niñez y adolescencia todavía no se aborda de manera integral en la conducta empresarial responsable.**

Muchas empresas y gobiernos reconocen que la eliminación del trabajo infantil es una cuestión de derechos importante para el mundo empresarial. Pero, sin desconocer su relevancia, el trabajo infantil es solo una de las muchas cuestiones o temas relacionados con los derechos de la niñez y adolescencia relacionadas con las empresas.

Bajos salarios y adversas condiciones laborales de padres, madres y cuidadores continúan perjudicando a los niños, niñas y adolescentes, y esta forma de impacto indirecto es uno de los problemas ocultos y transversales más importantes relacionados con el respeto de los derechos de la niñez y adolescencia. Las estrategias de *marketing* y publicidad contribuyen a la desnutrición y la obesidad. La contaminación industrial perjudica el

# Introducción | Derechos del Niño y Principios Empresariales

desarrollo físico, psicológico y social de los niños, niñas y adolescentes.

Los derechos de la niñez y adolescencia rara vez se reflejan de forma explícita y exhaustiva en los enfoques y estrategias de sostenibilidad y gobernanza responsable. El seguimiento y la presentación de informes ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) siguen sin mencionar el respeto de los derechos de los niños, niñas y adolescentes en las actividades empresariales.

La gestión de los factores ASG aún se enfoca de manera desproporcionada en el riesgo para las empresas y no en los resultados para los titulares de derechos, incluidos los niños, niñas y adolescentes. Si bien algunos inversionistas utilizan su poder de influencia en favor de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, la mayoría no es consciente del impacto de sus prácticas de inversión en sus derechos, sin considerar la relevancia de esta población como futuros actores económicos en la sociedad.

Los nuevos enfoques jurídicos y normativos enmarcados en una debida diligencia obligatoria en materia de derechos humanos tienen potencial. Sin embargo, en lo que respecta a los derechos de la niñez y adolescencia, se debe ir más allá del trabajo infantil si se quiere ser eficaz a la hora de abordar la variedad de impactos positivos y negativos que la actividad empresarial tienen sobre los niños, niñas y adolescentes.

Los resultados de la encuesta de UNICEF y Deloitte 2022 **¿Qué están haciendo las empresas por la niñez y adolescencia?**, muestran que el sector empresarial no solo está más sensibilizado sobre la relación de su actividad económica con los derechos de la niñez y adolescencia, sino que también ha tomado medidas para fortalecer o cambiar sus prácticas

corporativas en favor de los niños, niñas y adolescentes, particularmente, en asuntos relacionados con políticas amigables para la familia en el **lugar de trabajo** dirigidas a padres, madres y cuidadores.

A diez años del aniversario de los Derechos del Niño y Principios Empresariales, se evidencia en la región una mayor visibilidad e integración de los derechos de la niñez y adolescencia en políticas públicas en materia de empresas y derechos humanos. Los gobiernos de Colombia, Chile y Perú han aprobado Planes Nacionales de Acción sobre Empresas y Derechos Humanos, aunque con un enfoque de derechos de niños, niñas y adolescentes con potencial de mejora.

## Avances en América Latina y el Caribe

Por áreas programáticas, la región ha tenido logros más contundentes mediante la adopción de regulación nacional en **cuatro** temas prioritarios de la agenda de empresas y derechos de la niñez y adolescencia, según la investigación realizada por el Instituto de Derechos Humanos y Empresas de la Universidad de Monterrey (IDHE-UDEM).

Los avances normativos se centran en las **temáticas de nutrición** (etiquetado frontal para alimentos y bebidas dirigidos a niños, niñas y adolescentes), **prohibición del trabajo infantil**, **políticas amigables para la familia en el lugar de trabajo** (conciliación laboral y familiar, licencias de maternidad, extensión de licencias de paternidad, lactancia materna en el lugar de trabajo), y **protección en los entornos digitales** (prohibición de material sobre abuso sexual de niños, niñas y adolescentes, protección de la privacidad en línea, entre otros).

## Avances normativos en materia de empresas y derechos de la niñez y adolescencia en América Latina y el Caribe

### Nutrición

**Promedio regional = 0,78**

Max = 2

Min = 0

#### Criterios relevantes

Regulación sobre *marketing* dirigido a niños, niñas y adolescentes  
Políticas sobre *marketing* de bebidas y alimentos dirigido a niños, niñas y adolescentes



### Prohibición del trabajo infantil

**Promedio regional = 1,6**

Max = 2

Min = 0

#### Criterios relevantes

Edad mínima de admisión al trabajo  
Edad mínima para realizar trabajos ligeros  
Edad mínima para realizar trabajos peligrosos  
Escolarización obligatoria  
Abuso y explotación sexual  
Todas las formas de trata de personas



### Protección en entornos digitales

**Promedio regional = 1,05**

Max = 2

Min = 0

#### Criterios relevantes

Legislación que prohíbe CSAM\*  
Legislación que sanciona delitos CSAM  
Reporte ISP\*\* sobre CSAM  
Abuso y explotación sexual  
Abuso y explotación en línea  
Protección de datos y privacidad  
(\*Material de abuso sexual infantil)  
(\*\*Proveedores de servicios de internet)



### Políticas amigables para la familia en el lugar de trabajo (protección de maternidad y paternidad)

**Promedio regional = 1,24**

Max = 2

Min = 0

#### Criterios relevantes

Licencia de maternidad  
Licencia de paternidad  
Duración de la licencia de maternidad  
Duración de la licencia de paternidad  
Beneficios para la maternidad  
Promoción de la lactancia materna



Fuente: IDHE-UDEM, 2021

Los mapas que aparecen en esta publicación están estilizados y no corresponden a ninguna escala. No representan la posición de UNICEF sobre la situación jurídica de ningún país o territorio o la delimitación de ninguna frontera.

# Introducción | Derechos del Niño y Principios Empresariales

## Grandes empresas

El 70% de las empresas respondientes enfocan sus acciones en la promoción de la lactancia materna mediante descansos flexibles y reducción de la jornada laboral para las madres. La adecuación de salas de lactancia materna es una práctica en el 68% de las empresas. No obstante, solo el 39% cuenta con políticas de no discriminación de las madres que trabajan y se encuentra en etapa de lactancia.

Más del 70% de las empresas ofrece horarios flexibles y permisos a sus empleados para atender necesidades escolares y de salud. Más del 95% implementa una o más acciones para proteger a las mujeres embarazadas.

La licencia de maternidad remunerada en el 83% de las empresas oscila entre 30 y más de 90 días, en algunos casos superando la legislación nacional. En cuanto a la licencia de paternidad remunerada, son pocas las empresas que ofrecen 30 o más días a sus empleados. En su mayoría, otorgan licencias que no superan los siete días.

El 25% de las empresas cuenta con convenios con instituciones públicas y privadas para el cuidado infantil y/o ofrece subsidios o apoyo monetario a madres y padres para acceder a centros de cuidado infantil. El 41% no ofrece ningún beneficio vinculado al cuidado infantil de los hijos e hijas de madres y padres trabajadores.

El 77% de las empresas ofrecen uno o más apoyos adicionales para empleados con hijos e hijas (general, salud, educación, nutrición).

Solo el 36% de las empresas ofrece algún tipo de sensibilización a madres y padres sobre crianza positiva en temas como crianza respetuosa, inclusión y diversidad, violencia de género, salud mental, paternidad responsable, entre otros.

## Pymes

La licencia de maternidad remunerada en el 53% de las pymes, para empleadas que laboran tiempo completo, tiene una duración entre 30 y 90 días. El 3% otorga más de 90 días. El 75% también ofrece a sus empleados, que laboran tiempo completo, licencia de paternidad remunerada entre uno y más de 21 días, aunque las pymes en general otorgan un máximo siete días (48%).

La mayoría de las pymes (90%) ofrece descansos flexibles para que las madres puedan lactar o extraer la leche, y horarios flexibles a sus empleados y futuros padres (88%) para acompañar a las madres embarazadas a controles médicos.

Solo el 29% de las pymes cuenta con salas de lactancia en sus instalaciones. El 52% ha reducido la jornada laboral con el mismo salario a madres y padres para que puedan cuidar a sus hijos e hijas pequeños. El 95% otorga permisos a padres y madres para asistir a reuniones, eventos escolares, consultas médicas, entre otros.

Respecto a la inclusión laboral de adolescentes, son pocas las empresas grandes (35%) y pymes (34%) que ofrecen programas de pasantías o algún tipo de capacitación o formación a adolescentes de escasos recursos, en conflicto con la ley o en situación de migración.

# Introducción | Derechos del Niño y Principios Empresariales

En el **ámbito del mercado**, el sector empresarial todavía requiere mayor concientización y acompañamiento para comprender cómo su publicidad y *marketing*, así como sus productos y servicios impactan directa o directamente a los niños, niñas y adolescentes a fin de tomar acciones para el efectivo respeto de sus derechos.

El 50% de las empresas grandes que crean publicidad y *marketing* dirigidos a niños, niñas y adolescentes cuenta con una política de respeto y promoción de sus derechos o está comprometida con normas o directrices del sector como códigos de conducta sobre publicidad y *marketing*.

El 45% de estas empresas exige a su agencia de publicidad que garantice el respeto de los derechos de la niñez y adolescencia. Solo el 15% evalúa los valores que transmite a niños, niñas y adolescentes y/o realiza capacitaciones a sus empleados sobre el respeto de sus derechos en la publicidad y el *marketing*.

Solo 34% de las empresas grandes cuentan con canales de denuncia, reporte y/o respuesta para casos de riesgo de sus operaciones o productos y servicios en los niños, niñas y adolescentes.

En cuanto al involucramiento del sector empresarial en el **entorno comunitario** de su actividad económica, la gran mayoría de las empresas apoyan iniciativas y organizaciones sociales en beneficio de la niñez y adolescencia con inversión social privada, en particular, en temas de educación, salud y empleabilidad; y en situaciones de emergencia.

Sin embargo, como se ha mencionado anteriormente, estos apoyos probablemente no se encuentran articulados con los asuntos de mayor materialidad de las empresas, en cuestión de impactos adversos, dado que no es común que se identifiquen y aborden impactos en los niños, niñas y adolescentes, más allá del trabajo infantil, al interior de las empresas o en sus cadenas de suministro.

La inversión social privada de las empresas se concentra en donaciones en efectivo, en especie, servicios y voluntariado corporativo. También en asistencia técnica y capacitación a gobiernos y organizaciones sociales; en el uso de activos empresariales y en acciones de promoción de los derechos de la niñez y adolescencia en productos, servicios y políticas públicas.

Las temáticas relacionadas con medio ambiente, habilidades para la vida, inclusión social, prevención de violencias, emergencias y desarrollo infantil temprano están tomando cada vez más importancia en las agendas de inversión social de las empresas.

Si bien el 43% de las empresas reportan en sus informes de sostenibilidad el progreso de los resultados de sus iniciativas sociales dirigidas a niños, niñas y adolescentes, todavía se requiere mayor sensibilización para que más empresas comunique sus acciones y que estas respondan a posibles riesgos e impactos de sus operaciones en la niñez y adolescencia.

En materia de debida diligencia empresarial en derechos humanos, los avances son aún mínimos. Si bien hay un mayor número de empresas con políticas y códigos de conducta que declaran el respeto de los derechos de la niñez y adolescencia, son pocas las empresas que integran a los niños,

# Introducción | Derechos del Niño y Principios Empresariales

niñas y adolescentes como un grupo de interés prioritario en sus procesos de gestión de riesgos e impactos en derechos humanos, ya sea en el lugar de trabajo, el mercado o la comunidad y el medio ambiente.

Sin embargo, con el reciente movimiento hacia la debida diligencia obligatoria de las empresas en materia de derechos humanos y sostenibilidad en la Comisión Europea y en los Estados europeos, hay un creciente interés del sector empresarial en América Latina y el Caribe por avanzar en el diseño e implementación de procesos de debida diligencia (incluyendo los derechos de niños, niñas y adolescentes), a raíz de las implicaciones y exigencias para las empresas e inversionistas en la región que hacen parte de las cadenas de suministro globales de las empresas europeas.



# Grandes empresas



# Grandes empresas |

## Lugar de trabajo

*El ámbito de trabajo debe ser un espacio clave para el desarrollo de prácticas que promuevan la conciliación de la vida familiar y laboral y la protección de los niños, niñas y adolescentes. Mediante la implementación de medidas que faciliten la lactancia, promuevan la flexibilidad laboral para abordar asuntos familiares, brinden apoyos económicos o protejan a las mujeres embarazadas, al tiempo que se identifican las necesidades particulares de los trabajadores con hijos e hijas, las empresas avanzan en el respeto y promoción de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.*



# Grandes empresas | Lugar de trabajo

## Salas de lactancia

Se le consultó a las empresas en torno a los beneficios que ofrece a los empleados vinculados a la lactancia. Sobre este punto se encuentra que el 77% de las grandes empresas respondientes cuenta con descansos flexibles para que las madres puedan lactar y/o extraer la leche, consolidándose como el beneficio mayoritariamente brindado.

Siguiendo esta línea, el 72% de las empresas cuenta con reducción de la jornada laboral para facilitar la continuidad de la lactancia materna y un 68% de las empresas tiene salas de lactancia materna en sus instalaciones.

Por último, el 39% de las empresas grandes cuenta con políticas de no discriminación a mamás en etapa de lactancia y el 29% de las empresas ofrecen sesiones de sensibilización sobre la lactancia materna para mujeres embarazadas o lactantes.

**El 68% de las grandes empresas que contestaron la encuesta tiene sala de lactancia materna en sus instalaciones.**



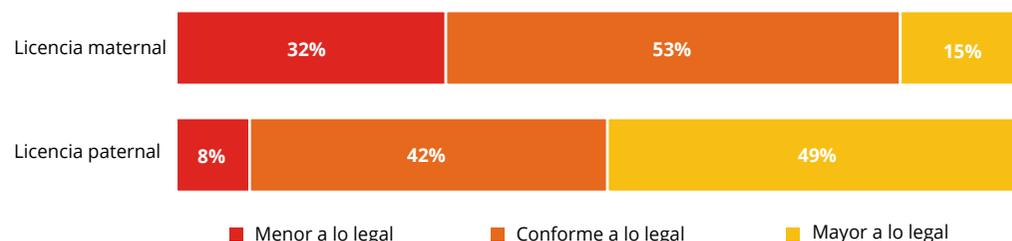
- 77% Descansos flexibles para lactar y/o extraer leche
- 72% Reducción de la jornada laboral para facilitar la lactancia
- 68% Sala de lactancia materna
- 38% Política de no discriminación a mamás en etapa de lactancia
- 29% Sesiones de sensibilización sobre la lactancia

## Licencias parentales

En lo que respecta a cantidad de días otorgados de licencias parentales para hijos e hijas biológicos o adoptivos, se observa que el promedio de semanas otorgadas en concepto de licencia por maternidad remunerada para empleadas que trabajan tiempo completo es de 13,6 semanas mientras que la licencia por paternidad promedio de las grandes empresas que contestaron la encuesta alcanza los 11 días.

Por otro lado, se visualiza que la mayoría de las empresas no otorga licencias no remuneradas, manteniéndose una tendencia similar tanto para licencia maternal como paternal.

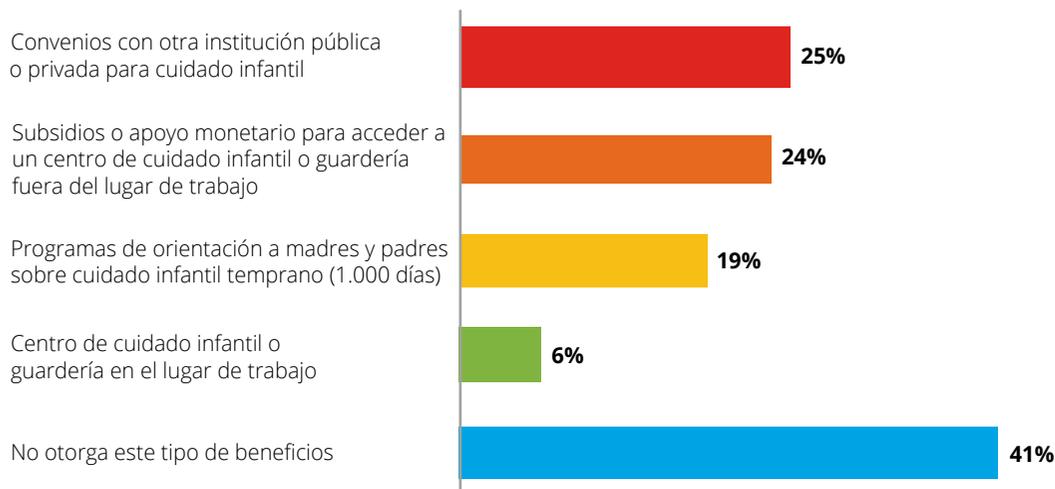
**En promedio, las grandes empresas respondientes otorgan 13,6 semanas de licencia maternal y 11 días de licencia paternal remunerada a empleados que trabajan tiempo completo.**



# Grandes empresas | Lugar de trabajo

## Servicios de cuidado infantil y aprendizaje temprano

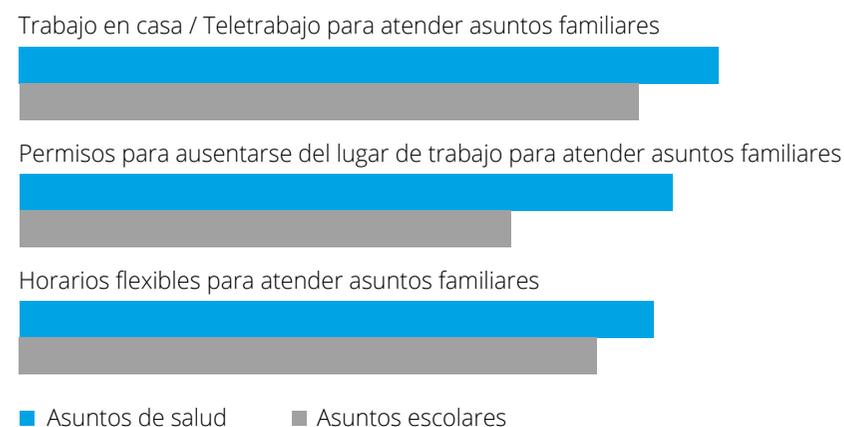
Si hablamos de servicios de cuidado infantil y aprendizaje temprano, encontramos que el 41% de las empresas respondientes no ofrece ningún beneficio vinculado a esta temática. Sin embargo, sobre el 59% que sí lo hace, se encuentra que los beneficios que se otorgan en mayor medida son los convenios con otra institución pública o privada para cuidado infantil y los subsidios o apoyo monetario para acceder a un centro de cuidado infantil o guardería fuera del lugar de trabajo.



## Flexibilidad para atender necesidades familiares

En torno a la flexibilidad para atender necesidades familiares, las respuestas demuestran que las empresas respondientes son más proclives a contemplar asuntos de salud frente a los asuntos escolares.

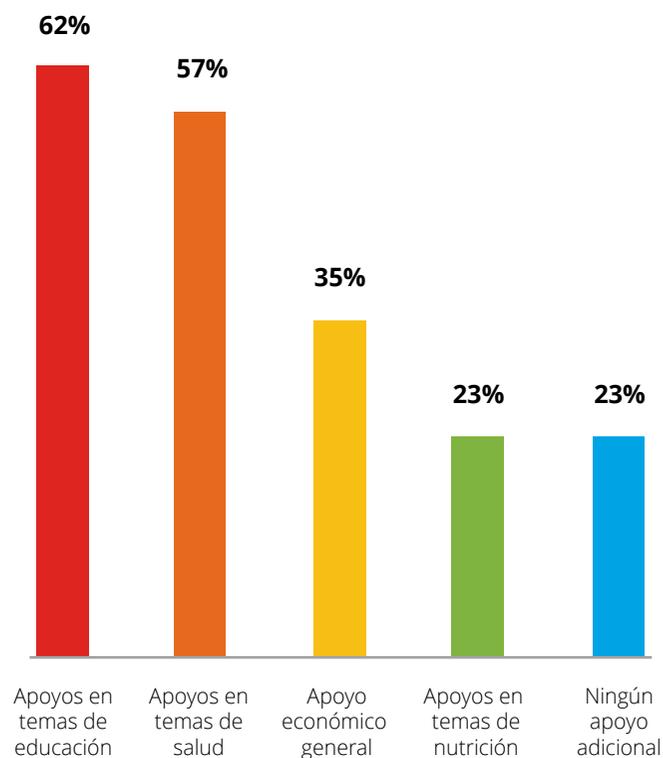
El permiso para madres y padres para ausentarse del lugar de trabajo es el beneficio más otorgado tanto por asuntos de salud como escolares, representando un 87% y 77% respectivamente.



# Grandes empresas | Lugar de trabajo

## Apoyos económicos

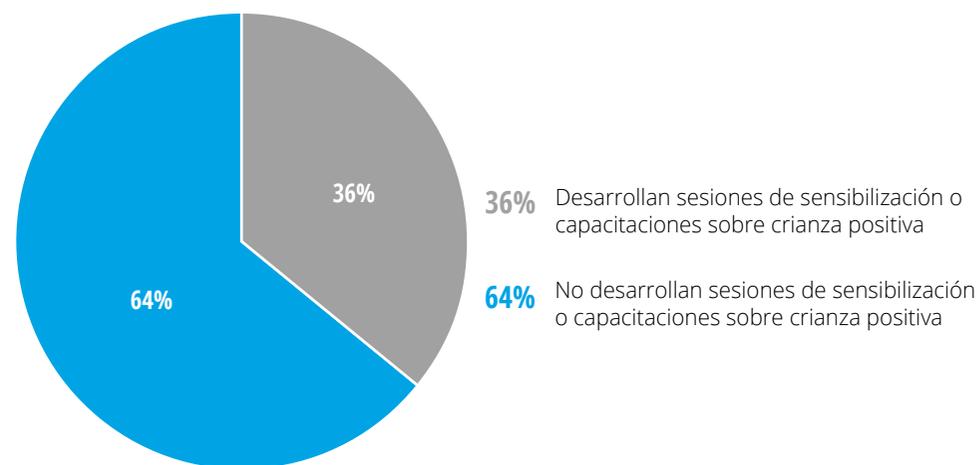
El 62% de las empresas respondientes brindan apoyos económicos en temas de educación para empleados con hijas e hijos, mientras que el 57% lo tiene para temas de salud. Por otro lado, encontramos que el 35% dispone de apoyo económico general por cada hijo, mientras que un 23% lo tiene para temas de nutrición. Por el contrario, 23% de las empresas no cuenta con ningún tipo de apoyo económico adicional.



## Crianza positiva

Se consultó a las empresas respondientes acerca de la implementación de sesiones de sensibilización o capacitación dirigidas a madres y padres sobre crianza positiva, es decir, educación libre de violencia y con igualdad de género. Como resultados se encuentra que el 36% de las empresas realiza algún tipo de dinámica en relación a esta temática.

En lo que respecta a la orientación de las capacitaciones, de acuerdo a las respuestas más relevantes se pueden identificar, crianza positiva y respetuosa, inclusión y diversidad, violencia de género, salud y salud mental, entornos digitales y paternidad responsable, entre otros.

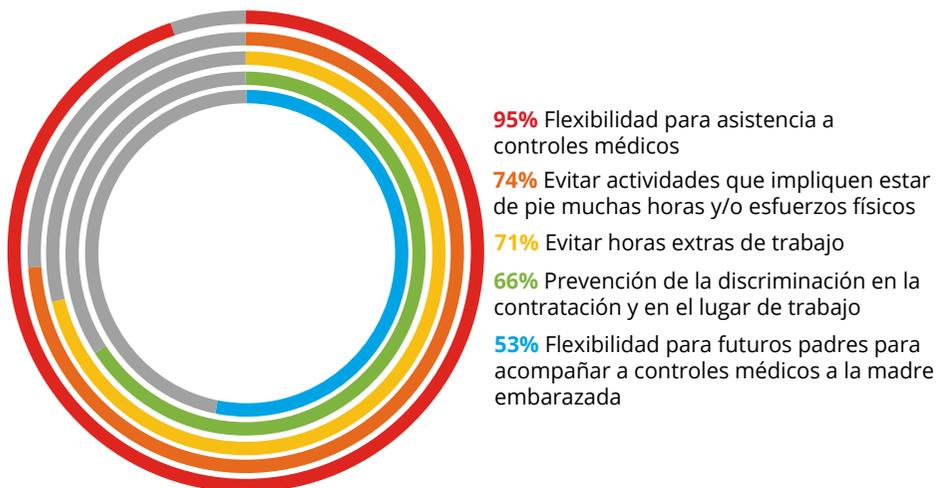


# Grandes empresas | Lugar de trabajo

## Protección a mujeres embarazadas

En relación con las medidas para proteger a mujeres embarazadas, se encuentra que cerca de la totalidad de las empresas respondientes otorgan flexibilidad para asistencia a controles médicos (95%). Adicionalmente, el 74% aplica medida para evitarles actividades que impliquen estar de pie muchas horas y/o esfuerzos físicos o evitar horas extra de trabajo (71%).

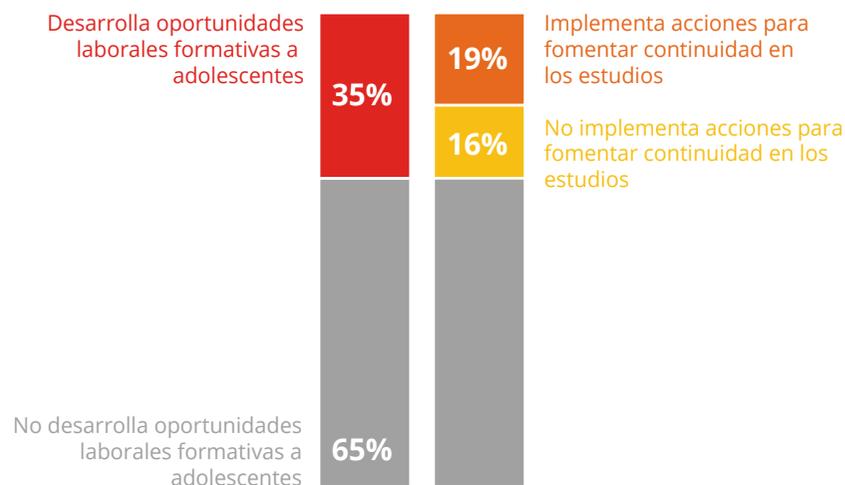
Asimismo, en lo que respecta a la prevención de la discriminación en la contratación y en el lugar de trabajo, se observa que el 66% aplica algún tipo de medida y que para el caso de los futuros padres, en un 53% se brinda flexibilidad para acompañar a controles médicos a la madre embarazada.



## Inclusión laboral de los adolescentes

Se consultó sobre el desarrollo de oportunidades laborales formativas a adolescentes, en particular a adolescentes con escasos recursos, en conflicto con la ley o en situación de migración. Sobre este punto, el 65% de las empresas que respondieron no realiza ninguna acción vinculada, mientras que el 35% sí lo hace, identificándose que el 54% de este universo lo complementa con programas con el objetivo de fomentar la continuidad de los estudios (19% del total de encuestados).

En adición, se indagó sobre la orientación de las iniciativas en aquellas empresas que contestaron afirmativamente. Casi en el 50% de los casos, estas iniciativas están vinculadas con pasantías laborales y el 37% con capacitación y formación en general.



# Grandes empresas |

## Productos y servicios

*Un segundo ámbito en el cual las empresas pueden tomar acciones que tengan incidencia en la protección de los derechos de la niñez y adolescencia, es a lo largo de su cadena de valor, incorporando una postura responsable frente al respeto de sus derechos a través de los productos y servicios que producen y comercializan, de la publicidad y marketing que realizan, así como de la adopción de una actitud protectora de los niños, niñas y adolescentes en su vínculo con sus proveedores.*



# Grandes empresas | Productos y servicios

## Publicidad y marketing

De las empresas que respondieron solo el 20% contestó que crea publicidad y *marketing* dirigido a niñas, niños y/o adolescentes. En este sentido, teniendo en cuenta solamente el 20% que contestó afirmativamente, se encuentra que el 50% de ellas cuenta con una política sobre la publicidad y el *marketing* dirigida específicamente a niñas, niños y/o adolescentes y está comprometida con normas y directrices del sector (por ejemplo, códigos de conducta de *marketing*/publicidad).

En menor medida encontramos que el 15% mide o evalúa los valores que transmite a niñas, niños y adolescentes en la publicidad y *marketing*. Solo el 15% realiza capacitaciones a los empleados sobre el respeto de los derechos de la niñez y adolescencia en la publicidad y el *marketing* y el 10% no cuenta con ninguna política, iniciativas o programas que regulen la publicidad y *marketing*.



El **50%** tiene una política sobre la publicidad y el *marketing* dirigida específicamente a niñas, niños y adolescentes

El **50%** está comprometida con normas y directrices del sector (por ejemplo, códigos de conducta de *marketing*/publicidad).

El **45%** exige a su agencia de publicidad que garantice el respeto de los derechos del niño en la publicidad

El **15%** mide o evalúa los valores que transmite a niñas, niños y adolescentes en la publicidad y *marketing*

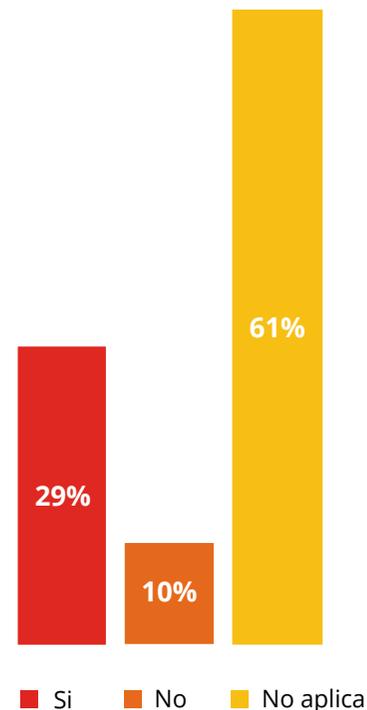
El **15%** realiza capacitaciones a los empleados sobre el respeto de los derechos del niño en la publicidad y el *marketing*

El **10%** no realiza ninguna de las acciones anteriores

## Producción, comercialización y distribución de productos y/o servicios

Se consultó a las empresas en torno a la implementación de medidas para asegurar que sus productos y/o servicios sean seguros para niñas, niños y/o adolescentes, y que no causen daños psicológicos, morales o físicos. Sobre esta pregunta el 74% contestó afirmativamente.

A la hora de indagar sobre las medidas implementadas se encuentra que los controles de calidad, nutricional o de seguridad, los programas de concientización, el desarrollo de productos o servicios diferenciados y el etiquetado o instructivos de uso son las medidas mayormente aplicadas.



# Grandes empresas |

## Apoyo a la comunidad

*El apoyo a la comunidad a través de diferentes programas, iniciativas y acciones se presenta como una oportunidad para la promoción y el cuidado de los niños, niñas y adolescentes en la zona de influencia de la actividad empresarial, o a través de acciones conjuntas con autoridades y organizaciones locales y nacionales. La encuesta indagó acerca de las acciones sociales implementadas y su orientación.*



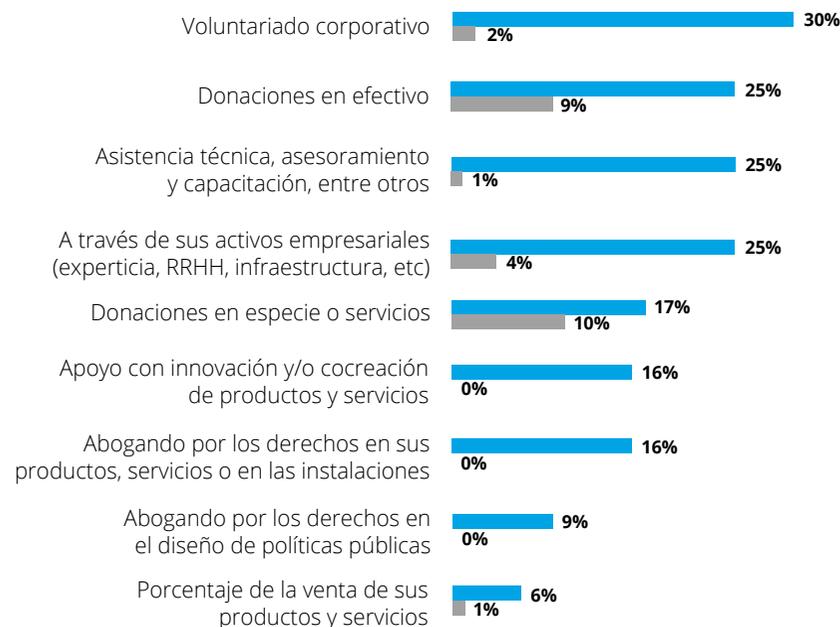
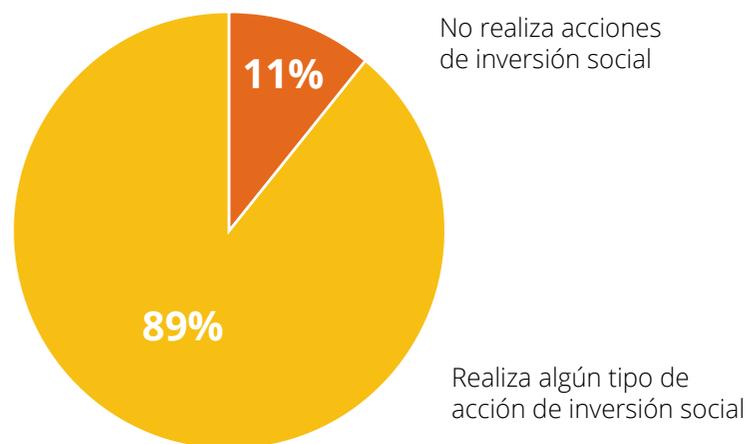
# Grandes empresas | Apoyo a la comunidad

## Iniciativa de inversión social

En materia de inversión en la comunidad a través de acciones sociales, iniciativas u apoyo a organizaciones sociales en beneficio de los niños, niñas y adolescentes, se encuentra que el 89% de las empresas respondientes realiza algún tipo de acción o programa.

Con base en las empresas que contestaron afirmativamente, se destaca que estas realizan acciones de inversión social, más allá de situaciones de emergencia (desastres naturales, accidentes, pandemias, etc.).

Cualquiera sea el enfoque, las formas de inversión más mencionadas por las empresas son aquellas vinculadas con el voluntariado corporativo, las donaciones en efectivo, en especie o servicios, la asistencia técnica, asesoramiento y capacitación y a través de activos empresariales. Por otro lado, se destaca la inversión a través de donaciones tanto en efectivo, como en especie o servicios, como las formas más mencionadas frente a situaciones de emergencia.

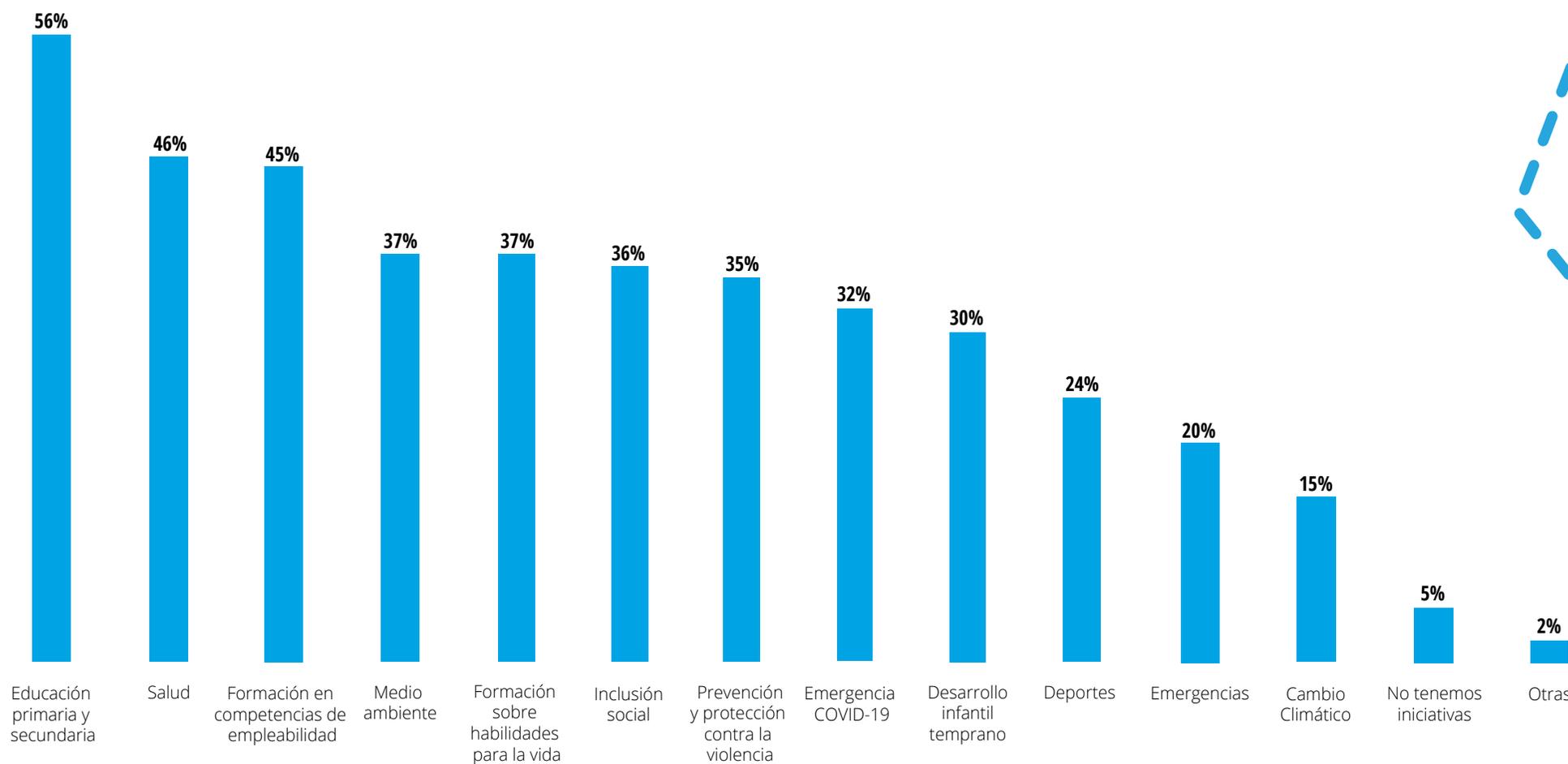


- Programas e inversión social diferentes a situaciones de emergencia
- Situaciones de emergencia (desastres naturales, accidentes, pandemia, etc.)

# Grandes empresas | Apoyo a la comunidad

Si nos referimos a las áreas temáticas de las iniciativas que realizan o apoyan las empresas en beneficio de los niños, niñas y adolescentes, encontramos que existe una variada orientación en las acciones. En su mayoría predomina el desarrollo de iniciativas en educación, salud y formación en competencias en empleabilidad para jóvenes y adolescentes.

Sin embargo, medio ambiente, los programas de formación sobre habilidades para la vida, inclusión social, prevención y protección contra la violencia y acciones vinculadas con la emergencia de COVID-19 también tienen un alto nivel de participación.



# Grandes empresas | Gobernanza

*La incorporación de políticas, mecanismos o herramientas para el respeto de los derechos de los niños, niñas y adolescentes permite sentar las bases para asegurar y promover su cumplimiento en toda la cadena de valor. El seguimiento y difusión de indicadores específicos, la implementación de canales de denuncia, reporte y respuesta o la incorporación de cláusulas o mención en códigos y principios, son algunas de estas prácticas.*

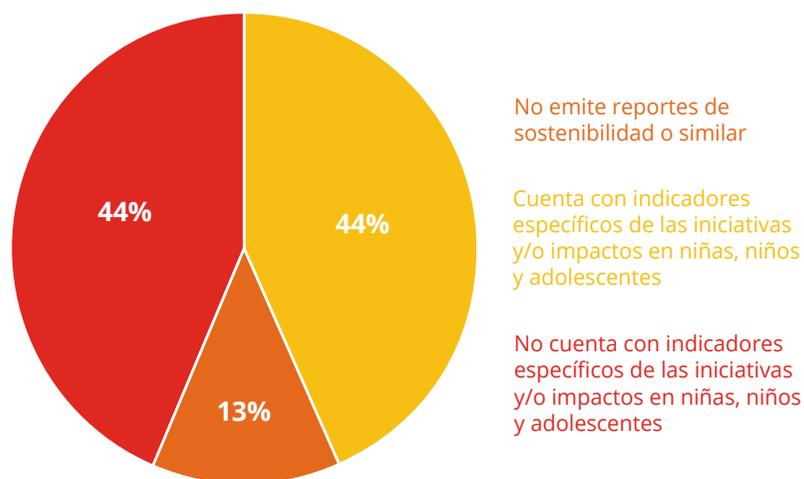


# Grandes empresas | Gobernanza

## Reporte de sostenibilidad o similar

A la hora de hablar de reportes o informes de sostenibilidad o similar, consultamos acerca de la identificación y reporte de indicadores vinculados al progreso y los resultados de las iniciativas y/o impactos en los niños, niñas y adolescentes.

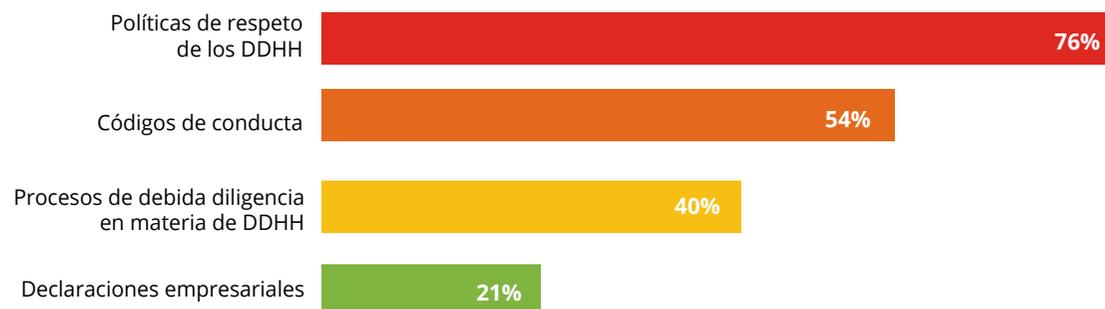
Mientras que el 13% no ha realizado informes o reportes previos, el 44% lo ha hecho y reporta indicadores específicos, mientras que el 44% restante si bien reporta, no dispone de métricas vinculadas a estas temáticas. Los tipos de indicadores predominantes se vinculan con el reporte de impactos y resultados de programas e iniciativas, horas de voluntariado, indicadores de las capacitaciones (alcance, cantidad, horas de formación), erradicación del trabajo infantil, entre otros.



## Principios, códigos, políticas y procesos

El 78% de las empresas respondientes ha incorporado el respeto de los derechos de los niños, niñas y adolescentes ya sea en códigos, principios o procesos.

De las empresas que contestaron afirmativamente, se observa que la mención predomina en las políticas de respeto a los derechos humanos con un 76% y los códigos de conducta con un 54%. En menor medida se encuentran los procesos de debida diligencia en materia de derechos humanos con un 40% y las declaraciones empresariales con otros 21%.

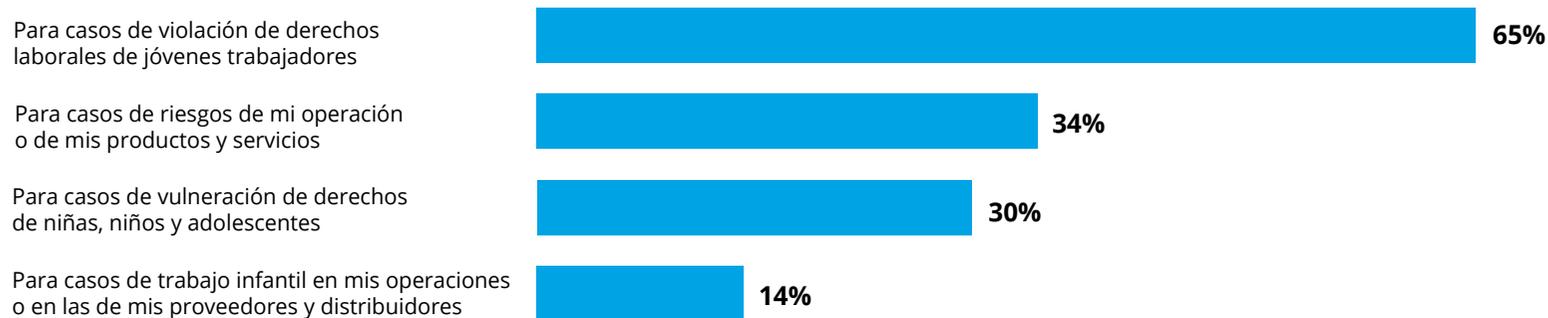


# Grandes empresas | Gobernanza

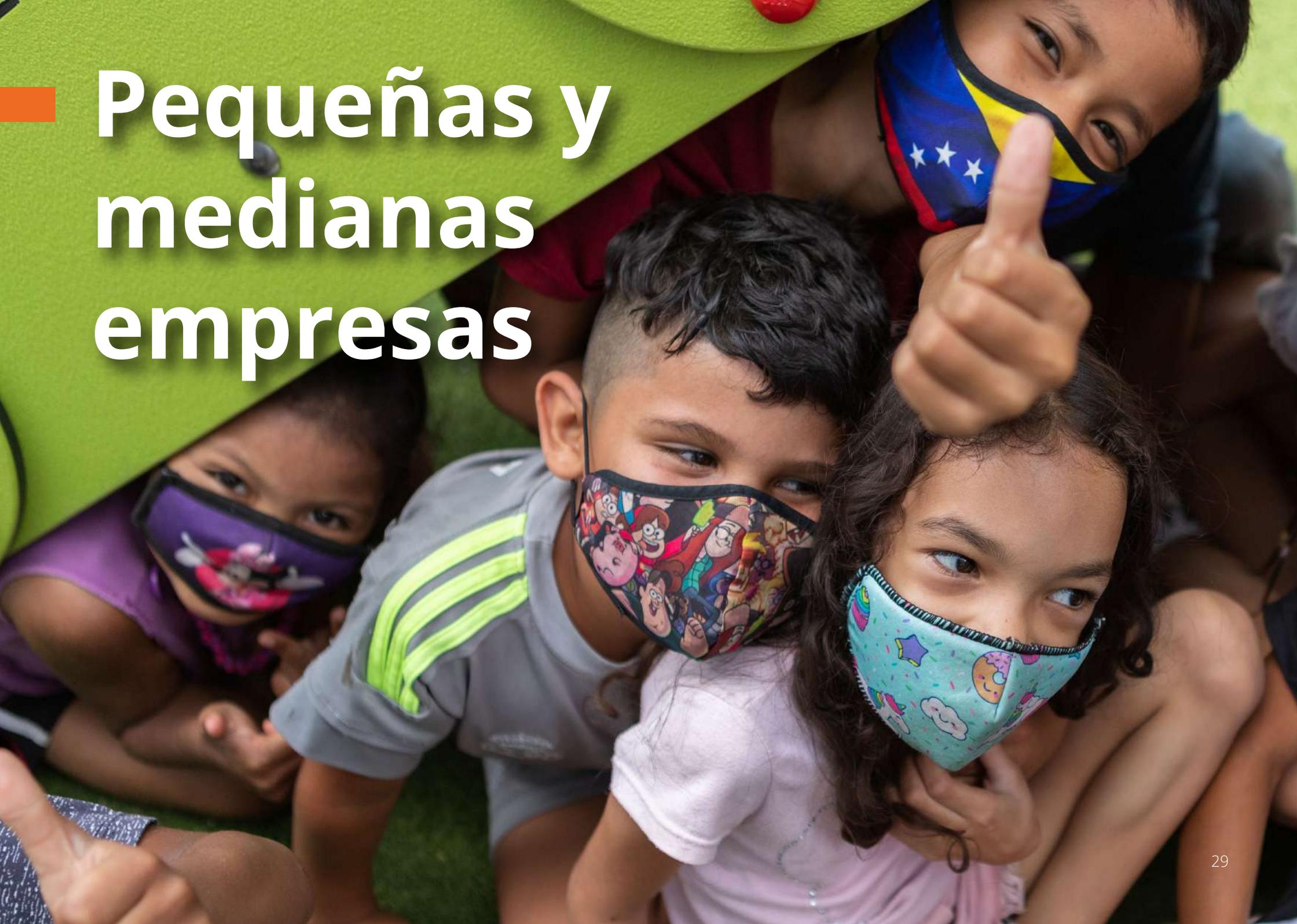
## Canales de denuncia, reporte y respuesta

Todas las empresas respondientes contestaron contar con un canal de denuncia, reporte y/o respuesta frente a vulneraciones de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

Se puede observar que el 65% de dichos canales se orienta a la denuncia ante casos de violación de derechos laborales de jóvenes trabajadores. Asimismo, el 34% disponen de canales para casos de riesgos en las operaciones o productos y servicios hacia niñas y el 30% para casos de vulneración de derechos de niñas, niños y adolescentes. Solo el 14% de las empresas cuenta con estos canales para casos de trabajo infantil en sus operaciones o en las de sus proveedores y distribuidores.



# Pequeñas y medianas empresas



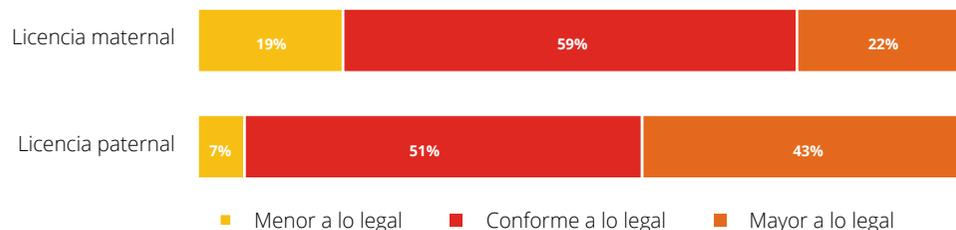
# Pequeñas y medianas empresas

## Permisos parentales

En lo que respecta a permisos parentales, se observa que el promedio de semanas otorgadas en concepto de licencia por maternidad remunerada para empleados que trabajan tiempo completo es de 13 semanas mientras que la licencia por paternidad promedio de las pequeñas y medianas empresas que contestaron la encuesta alcanza los 9 días.

Por otro lado, considerando las distintas legislaciones locales, el 19% de las empresas respondientes otorga licencia por maternidad por debajo de lo mínimo exigido, mientras que para licencias paternas este indicador desciende al 7%. El resto de las empresas otorga este tipo de licencias conforme a lo legal o más que lo que exigen las regulaciones en cada país.

**En promedio, las empresas respondientes otorgan 13 semanas de licencia maternal y 9 días de licencia paternal remunerada a empleados que trabajan tiempo completo.**



## Permisos especiales

Casi la totalidad de las empresas respondientes otorga permisos para que madres y padres puedan asistir a reuniones, eventos escolares, y consultas médicas de niñas y niños (95%).

Siguiendo esta línea, el 90% cuenta con descansos flexibles para que las madres puedan lactar y/o extraer la leche. Por último, a la hora de otorgar permisos o flexibilidad a los padres para acompañar a controles médicos a la madre durante el periodo de embarazo, se encuentra que el 88% lo implementa.

Permisos para que madres y padres puedan asistir a reuniones, eventos escolares, consultas médicas de niñas y niños



Descansos flexibles para que las madres puedan lactar y/o extraer leche



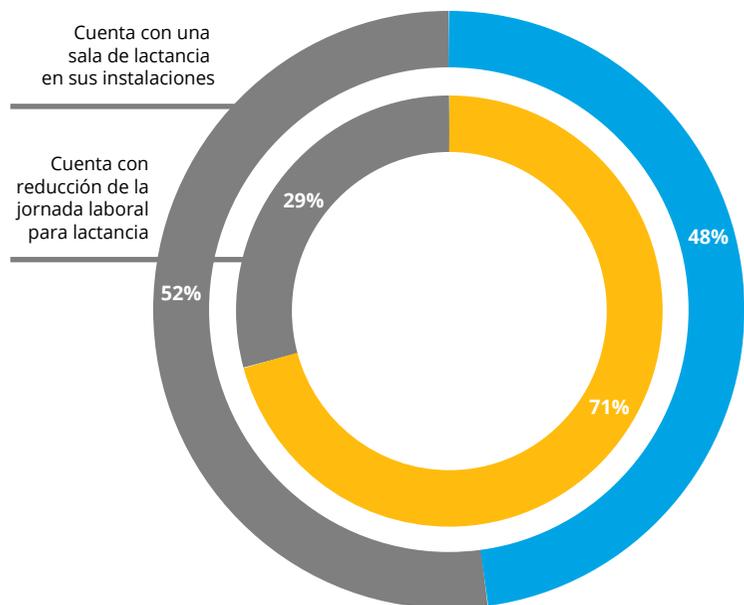
Permisos o flexibilidad a los padres para acompañar a controles médicos a la madre durante el período de embarazo



# Pequeñas y medianas empresas

## Lactancia y jornada laboral

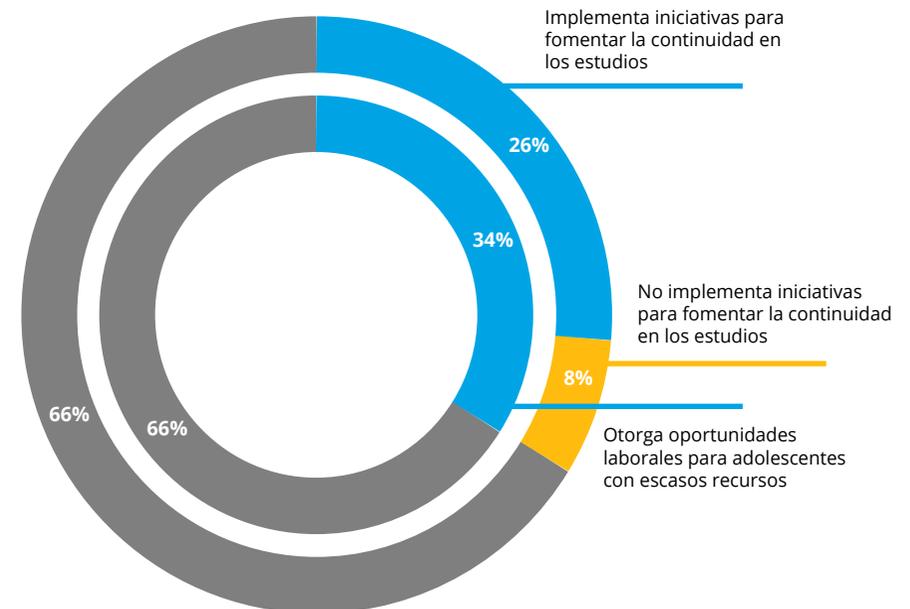
Solo el 29% de las pequeñas y medianas empresas que contestaron la encuesta cuenta con salas de lactancia en sus instalaciones. Por el contrario, más de la mitad de las empresas respondentes otorga reducción de la jornada laboral con el mismo salario para que las madres y padres puedan cuidar a sus hijas e hijos pequeños.



## Inclusión laboral de adolescentes

La inclusión laboral de los adolescentes mediante oportunidades laborales y educativas, en particular adolescentes con escasos recursos, en conflicto con la ley o en situación de migración, es una acción que lleva a cabo el 34% de las empresas.

De este 34% que respondió afirmativamente, el 77% también implementa iniciativas y/o programas con el objetivo de fomentar la continuidad de los estudios a adolescentes.



# Pequeñas y medianas empresas |

## Trabajo migrante

Se consultó a las empresas en torno al desarrollo de programas o políticas de contratación de trabajo migrante. Solo el 16% de ellas cuenta con algún tipo de iniciativa o declaración de este tipo.

*El 16% de las empresas respondientes ha implementado al menos una acción para la contratación de personas migrantes.*

## Inversión social

El 74% de las empresas desarrolla algún tipo de acción, iniciativa o apoyo a organizaciones sociales en beneficio de las niñas, niños y adolescentes.

*El 74% de las pequeñas y medianas empresas respondientes ha hecho alguna acción de inversión social relacionada con niñas, niños y/o adolescentes.*



# Sectores prioritarios



# Sectores prioritarios |

## Alimentos y bebidas

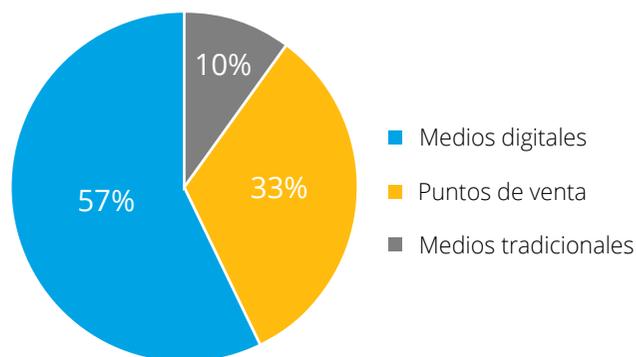
*En el siglo XXI, la malnutrición infantil debe entenderse como parte de un contexto en el que se producen cambios muy rápidos, como el crecimiento de las poblaciones urbanas y la globalización de los sistemas alimentarios, y que está dando lugar a un aumento de la disponibilidad de alimentos ricos en calorías, pero pobres en nutrientes. La malnutrición perjudica profundamente el crecimiento y el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes. Si no tenemos en cuenta este problema, la niñez y adolescencia, así como las sociedades tendrán dificultades para alcanzar su pleno potencial. Este desafío solo puede superarse abordando la malnutrición en todas las etapas de la vida de los niños, niñas y adolescentes, y dando prioridad a sus necesidades nutricionales específicas en los sistemas alimentarios y en los sistemas de apoyo de salud, agua y saneamiento, educación y protección social.*



# Sectores prioritarios | Alimentos y bebidas

## Canales de comunicación

Se indagó acerca de los canales de comunicación utilizados y priorizados por las empresas en función de la inversión destinada a cada uno de ellos. Los medios digitales se presentan como el canal de mayor relevancia con el 57%, seguido por los puntos de venta con el 33%. Por su parte, los medios tradicionales alcanzan tan solo 10% de relevancia entre las empresas que contestaron las preguntas para este sector.



Medios digitales (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, etc.)

Puntos de ventas (Góndola, pop-up, promotoras, ...)

Medios tradicionales (Televisión, radio, diario)

## Estrategias de promoción

A la hora de hablar de estrategias para promover sus productos, se observa que las prácticas más usuales es patrocinar eventos culturales y deportivos (71%) e incluir información nutricional resaltando sus propiedades saludables (67%).

Asociar los productos con sentimientos positivos como la diversión y felicidad, incluir niños, niñas y adolescentes en las campañas de *marketing* y publicidad y utilizar personajes animados, celebridades o regalos promocionales también se presentan como prácticas usualmente implementadas.

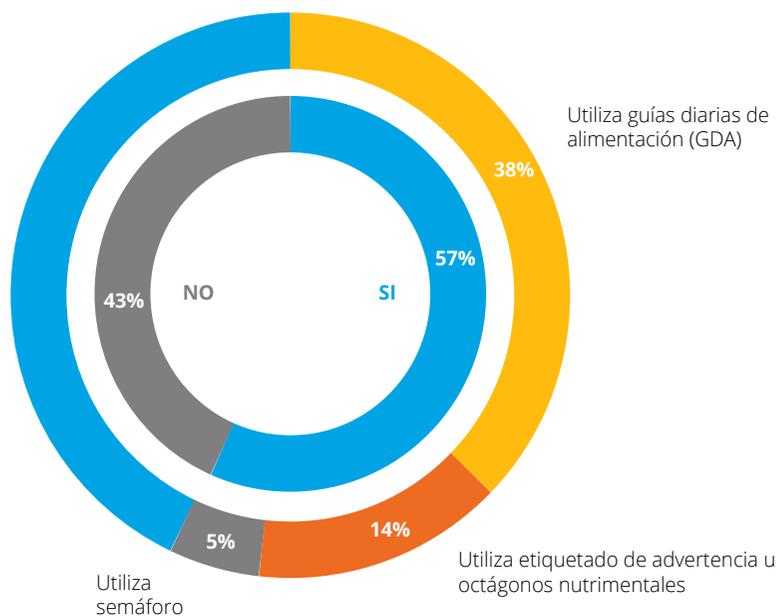


# Sectores prioritarios | Alimentos y bebidas

## Etiquetado de productos

De las empresas respondientes, el 57% presenta etiquetado frontal en sus empaquetados, incluyendo advertencias sobre alto contenido de calorías, azúcar, grasas, grasas saturadas, edulcorante, cafeína, ya sea porque están reguladas por ley o por iniciativa propia. El restante 43% no lo tiene implementado.

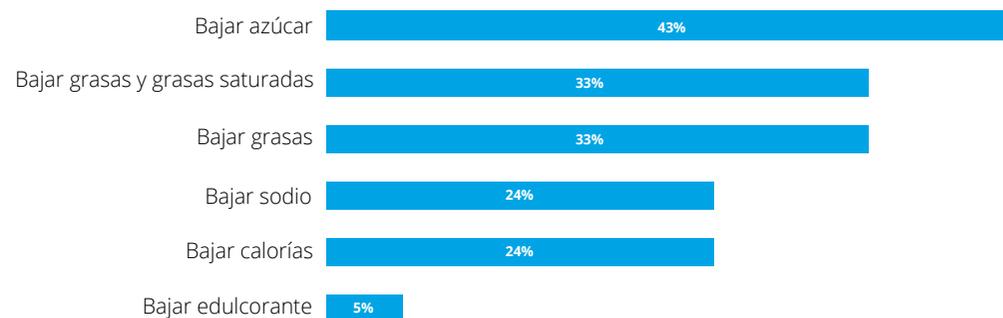
Con respecto al modelo de etiquetado frontal utilizado, predomina la utilización de las guías diarias de alimentación (GDA) alcanzando el 38% de las empresas de este sector que contestaron la encuesta. El etiquetado de advertencia u octágonos nutrimentales se presenta en el 14% y el etiquetado semáforo solo en un 5% de los casos.



## Reformulación nutricional

El 71% de las empresas respondientes cuenta con metas específicas en la reformulación de productos para mejorar su valor nutricional.

Si indagamos sobre los objetivos de reformulación, encontramos que el 43% de las empresas busca bajar azúcares y el 33% busca bajar grasas y grasas saturadas. En adición, el 24% tiene objetivos para la reducción del sodio y las calorías y únicamente el 5% para la reducción del edulcorante.



## Educación en hábitos de consumo responsable

De las empresas respondientes, el 38% presenta iniciativas con la finalidad de educar a los niños, niñas y adolescentes en hábitos de consumo responsable para productos con alto contenido de calorías, azúcar, grasas, grasas saturadas, edulcorante, cafeína, entre otros.

# Sectores prioritarios |

## Viajes y turismo

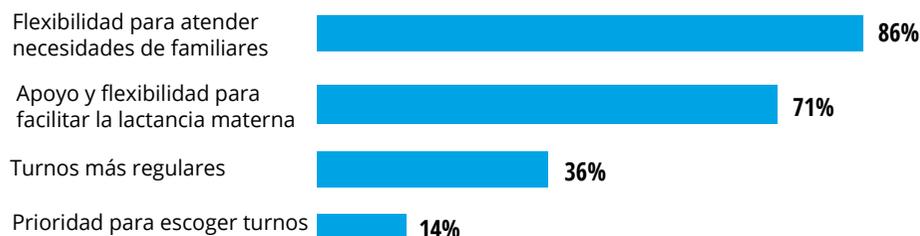
*El sector de viajes y turismo ha crecido sustancialmente en los últimos años. Este crecimiento proporciona un acceso más amplio y más fácil para todos los viajeros y subraya la necesidad de medidas más enérgicas para la protección de los niños, niñas y adolescentes. Las empresas del sector viajes y turismo deben hacerse cargo de las necesidades de protección infantil en el entrenamiento y las operaciones cotidianas. Esto incluye la promesa de crear conciencia sobre la explotación sexual; hacer frente a la trata de personas; adherirse a los códigos de conducta; regular los voluntarios turistas en instituciones donde los niños, niñas y adolescentes están presentes; y aumentar la capacitación del personal para reconocer cuándo los niños, niñas y adolescentes corren el peligro de ser objeto de trata o explotación sexual.*



# Sectores prioritarios | Viajes y Turismo

## Beneficios para empleados

Se indagó acerca de los beneficios que se otorgan a madres y padres que trabajan para poder atender las necesidades familiares. En principio, la flexibilidad en los horarios es el beneficio que se otorga en mayor medida (86%), seguido por el apoyo y flexibilidad para facilitar la lactancia materna (71%). Las iniciativas vinculadas con la aplicación de turnos más regulares (71%) o la prioridad para escoger el turno (14%), se presentan en menor medida.



## Salarios

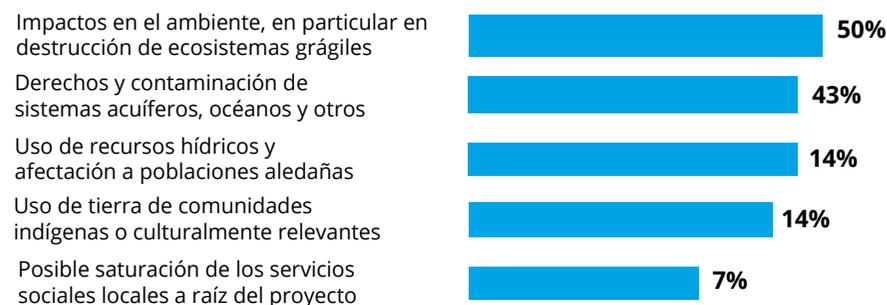
El 57% de las empresas respondientes analiza los costos de vida local y necesidades reales de las familias para vivir por encima de las líneas de pobreza al momento de determinar salarios.

El 93% de las empresas cuenta con mecanismos implementados para asegurar que el 100% de las horas extras trabajadas sean registradas sistemáticamente y pagadas.

## Evaluación de impactos de operaciones o nuevos proyectos

El 50% de las empresas respondientes afirmó que lleva a cabo una evaluación de impactos de sus operaciones actuales o nuevos proyectos.

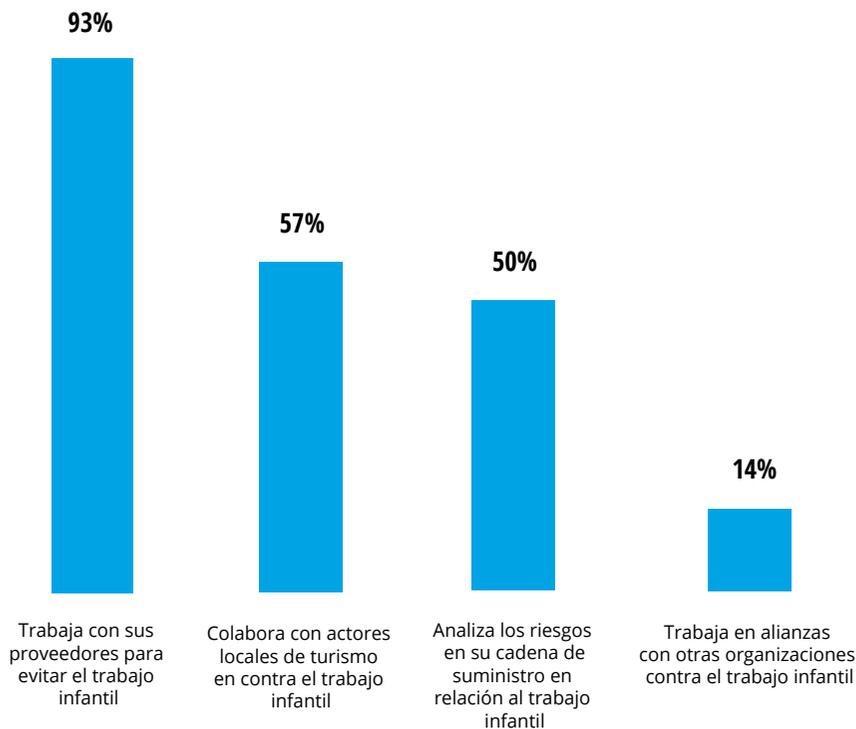
Si indagamos sobre las áreas que abordan las evaluaciones de impactos, identificamos que en la mitad de los casos corresponde a impactos en los ecosistemas ambientalmente frágiles. Asimismo, un 43% realiza evaluaciones en torno a desechos y contaminación de sistemas acuíferos, océanos y otros. En menor medida encontramos la evaluación del uso de recursos hídricos y su afectación a poblaciones aledañas y el uso de tierras de comunidades indígenas (14%).



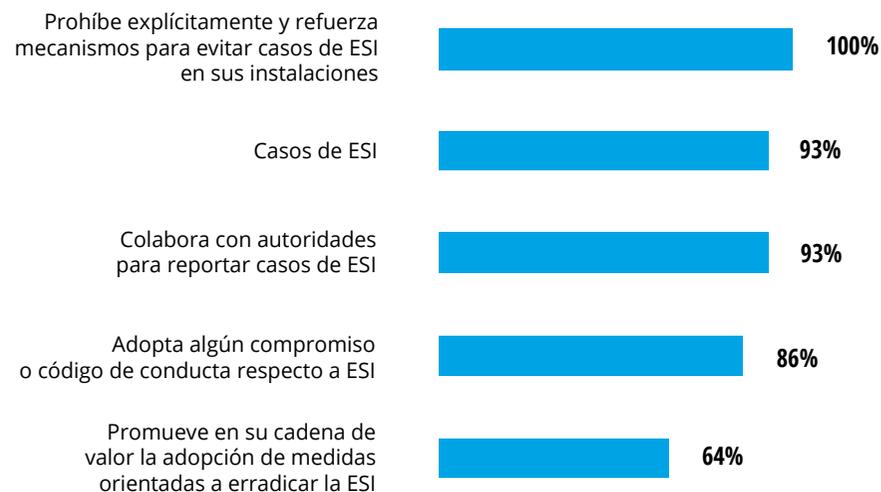
# Sectores prioritarios | Viajes y Turismo

## Trabajo y explotación sexual infantil (ESI)

En torno a las medidas para prevenir y evitar casos de trabajo infantil en el entorno de la actividad turística, se encuentra que el 93% de las empresas prohíbe explícitamente toda forma de trabajo infantil en su cadena de suministro y trabaja con proveedores para prevenir y atender casos de trabajo infantil. Por otra parte, el 57% colabora con actores locales de turismo para erradicar el trabajo infantil en el sector y el 50% analiza los riesgos de trabajo infantil en su cadena de suministro.



En materia de prevención de casos de explotación sexual infantil (ESI) en torno a la actividad turística, encontramos un alto porcentaje en la implementación de acciones frente a la prohibición explícita y el refuerzo de mecanismos para evitar los casos de ESI en las instalaciones (100%), la colaboración con autoridades para reportar casos de ESI (93%) y la capacitación a empleado para la identificación y reporte de estos casos (93%).



# Sectores prioritarios |

## Minería

*La operación minera puede causar impactos sociales o ambientales irreversibles sobre los niños, niñas y adolescentes. La mayoría de las empresas mineras reconocen a los niños, niñas y adolescentes como grupos de interés vulnerables y algunos tienen compromisos políticos explícitos para gestionar los impactos sobre estos grupos de interés. Pero hay muy poco conocimiento institucional sobre cómo definir la vulnerabilidad de los niños, niñas y adolescentes que viven cerca de la minería industrial. Comprender y gestionar los efectos del desplazamiento económico, la pérdida de tierras de cultivo y el reasentamiento físico de los hogares para dar paso a proyectos mineros.*



# Sectores prioritarios | Minería

## Conflicto social

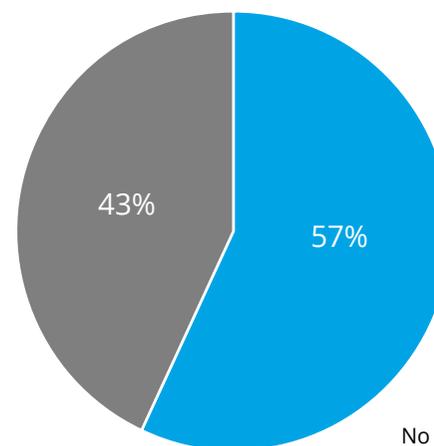
El 57% de las empresas que contestaron la encuesta afirmó que cuenta con políticas y prácticas establecidas para analizar los riesgos de conflicto social inherentes al desarrollo de la actividad en cada etapa del proyecto, incluyendo consultas con poblaciones locales y niños, niñas y adolescentes.

El 29% dispone de políticas y prácticas establecidas para contemplar el respeto y promoción de los derechos de los niños, niñas y adolescentes en caso de reasentamiento a causa de la actividad minera.

## Evaluación de riesgos e impactos

El 43% ha implementado evaluaciones de riesgo e impacto y planes de mitigación y adaptación en sus operaciones y en la de sus contratistas y proveedores. Sin embargo, ninguna de ellas lo ha hecho con un enfoque diferencial en los derechos de los niños, niñas y adolescentes específico para familias migrantes. Como contraparte, el 57% no ha realizado ningún proceso vinculado a las temáticas mencionadas.

Cuenta con evaluaciones de riesgo e impactos en sus operaciones y en la de sus contratistas y proveedores

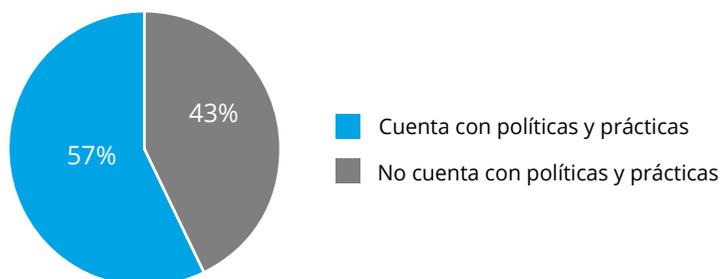


No cuenta con evaluaciones de riesgo e impactos en sus operaciones y en la de sus contratistas y proveedores

# Sectores prioritarios | Minería

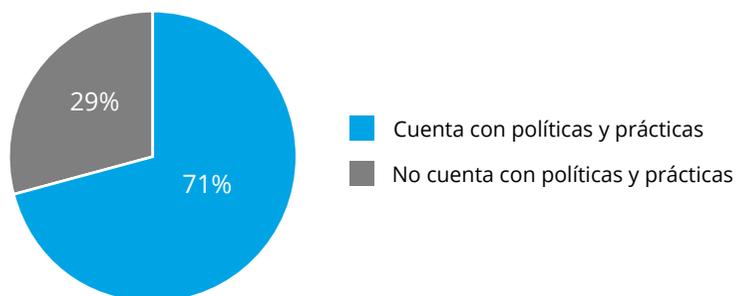
## Explotación y abuso sexual

El 57% de las empresas mineras encuestadas cuentan con políticas y prácticas para la prevención y atención a casos de explotación y abuso sexual de niños, niñas y adolescentes por parte de sus empleados, contratistas o proveedores.



## Trabajo infantil

El 71% cuenta con políticas y prácticas de prohibición de trabajo infantil en su cadena de suministro. Se destaca que el 100% de las empresas que trabaja en la prevención y atención a casos de explotación y abuso sexual, también lo hace para el trabajo infantil.



## Gestión de impactos ambientales

En relación al impacto medioambiental, todas las empresas del sector que participaron en la encuesta contestaron que que dispone de planes de emergencia para hacer frente a eventuales accidentes ambientales. Por otro lado, el 86% de las empresas afirmó contar con prácticas y políticas para evitar que el uso del recurso hídrico no afecte a las comunidades aledañas, evitar vertimientos que perjudiquen la calidad y potabilidad del agua, evitar afectar la calidad del aire y la contaminación en suelos.

**El 100% de las empresas del sector encuestadas cuentan con planes de emergencia para hacer frente a accidentes ambientales.**



# Llamado a la acción



## Llamado a la acción |

*El año 2022 marca una década del lanzamiento de los Derechos del Niño y Principios Empresariales. Hacer más visibles los derechos de los niños, niñas y adolescentes debe estar en el centro de los próximos diez años de acción en materia de empresas y derechos humanos en la región.*



# Llamado a la acción |

La visibilidad incluye el reconocimiento de que el sector empresarial puede tener impactos adversos en toda la gama de derechos de la niñez y adolescencia, no solo los relacionados con el trabajo infantil.

Todas las empresas deberían comprender su impacto en sus vidas. Los derechos de los niños, niñas y adolescentes deberían integrarse de manera mucho más explícita, rutinaria y sistemática en la conducta empresarial responsable y en la contribución de empresas, plataformas empresariales, inversionistas y gobiernos a la sostenibilidad regional.

Dentro de diez años, los riesgos empresariales relacionados con los niños, niñas y adolescentes deberían ser una parte convencional y sistémica de las evaluaciones del impacto empresarial.

La legislación que regula la salud y la seguridad, los términos y condiciones de trabajo y el impacto ambiental de las empresas debería integrarse para abordar los riesgos e impactos adversos en los niños, niñas y adolescentes, ya sea de forma directa o indirecta a través de los impactos en los derechos de sus padres, madres o cuidadores. Esto incluye la promoción y adopción de políticas y prácticas laborales favorables para la familia en el lugar de trabajo.

La debida diligencia obligatoria en materia de derechos humanos debe diseñarse para garantizar que se abordan las cuestiones relativas a los derechos de la niñez y adolescencia de forma integral en toda la cadena de valor, y adoptarse tanto en Europa como en la región de América Latina y el Caribe.

Aunque el trabajo infantil no es el único asunto relevante en materia de los derechos de la niñez y adolescencia y su relación con las empresas, el trabajo infantil debe ser eliminado y sus causas fundamentales abordadas.

En los próximos diez años, UNICEF enfocará su acción en materia de los **Derechos del Niño y Principios Empresariales** en las siguientes prioridades<sup>(2)</sup>:

## 1. Sensibilizar al sector privado

Hacer visibles los derechos de los niños, niñas y adolescentes debe ser el centro de la próxima década de acción en materia de empresas y derechos humanos. Un ecosistema empresarial que aborde sistemáticamente los impactos adversos sobre los niños, niñas y adolescentes reducirá la escala de los desafíos sociales. Que las empresas reconozcan que pueden tener un impacto negativo en toda la gama de sus derechos, no solo los relacionados con el trabajo infantil.

## 2. Mecanismos de debida diligencia, monitoreo, y finanzas responsables

Los marcos normativos sobre debida diligencia obligatoria en materia de derechos humanos deben integrar los derechos de la niñez y adolescentes. El análisis de los asuntos ASG con indicadores básicos sobre los derechos de la niñez y adolescencia deben ser parte de iniciativas de reporte. También, el sector financiero deberá ser un activo promotor de sus derechos, ampliando la comprensión del riesgos material incluyendo no solo el riesgo para la empresa, sino también el riesgo para las principales partes interesadas y sus derechos (doble materialidad).

(2) <https://www.unicef.org/lac/media/36236/file/Trazando-el-camino.pdf>

# Llamado a la acción |

## 3. Fortalecer el marco regulatorio

En los próximos diez años, un gobierno proactivo será esencial para apoyar una conducta empresarial responsable con los niños, niñas y adolescentes. Esto implicará la creación de marcos legales e institucionales adecuados para proteger, respetar y garantizar sus derechos. Si no se reconoce la visibilidad de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, el amplio abanico de derechos sobre los que inciden las empresas y la necesidad de abordar el impacto adverso de forma decidida, seguirá siendo un reto, caso por caso, garantizar que sus derechos se integren de forma efectiva en la conducta empresarial responsable.

## 4. Escuchar a los niños, niñas y adolescentes

Crear sistemas que apoyen el empoderamiento de los niños, niñas y adolescentes para que participen en diálogos significativos con las empresas y los responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones que les conciernen, de modo que la conducta empresarial responsable defienda las ideas y las voces de las nuevas generaciones.



# Ficha técnica



## Ficha técnica |

*Las respuestas recabadas fueron sometidas a un proceso de depuración para asegurar la calidad de los datos. Como resultado de este proceso se obtuvieron 305 respuestas de empresas en la región.*



# Ficha técnica

La participación de los sectores fue muy diversa. Los sectores con mayor representación fueron:

- servicios financieros y seguros
- manufactura (alimentos y bebidas)
- comercio al por mayor y al por menor
- salud y asistencia social
- servicios de soporte empresarial y consultoría

Se recibieron respuestas de empresas grandes y pymes (pequeñas y medianas empresas). Las pymes conforman el 67% de las empresas respondentes (36% empresas medianas y 31% empresas pequeñas), el restante 33% son empresas grandes.

En lo que se refiere a cantidad de empleados, el 64% cuenta con menos de 300 empleados. Por su parte, el 19% de las empresas tienen más de mil empleados y el 17% entre 300 y 1.000.

Por otra parte, de las 305 empresas que forman el universo total de las respuestas, 207 corresponden a empresas nacionales (67%). El porcentaje restante se divide en empresas multinacionales (15%), regionales (10%) y subsidiarias de empresa regional o multinacional (7%).

Se debe tener en cuenta que es probable que exista un sesgo en las respuestas, debido a que las empresas que realizan acciones de RSE o sostenibilidad, posiblemente sean más proclives a responder una encuesta de estas características.

País	Respuestas	Sector de actividad	Respuestas
Argentina	7%	Servicios financieros	16%
Bolivia	23%	Manufactura - Alimentos y bebidas	7%
Chile	4%	Comercios al por mayor y al por menor	6%
Colombia	3%	Salud y asistencia social	6%
Costa Rica	1%	Servicios de soporte empresarial y consultoría	6%
Ecuador	6%	Manufactura - Otro	5%
Guatemala	10%	Viaje y turismo	5%
México	4%	Información y comunicación - Otros	4%
Panamá	17%	Servicios de educación	4%
Paraguay	6%	Servicios profesionales, científicos y servicios técnicos	4%
Perú	6%	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3%
República Dominicana	9%	Construcción	3%
Uruguay	2%	Transporte y almacenamiento	3%
Otro	4%	Otros	29%

Tamaño de la empresa	Respuestas
Grande	33%
Mediana	36%
Pequeña	31%

Cantidad de empleados	Respuestas
Menos de 300	64%
300 a 1.000	17%
Más de 1.000	19%

Origen	Respuestas
Multinacional	15%
Nacional	68%
Regional	10%
Subsidiaria de empresa regional o multinacional	7%



**Deloitte.**

unicef 

para cada infancia