



**— Sector privado
y los derechos
de niñas, niños
y adolescentes
en la Argentina**

**Estudio cuantitativo sobre
prácticas y políticas de las
empresas en el país**

2019

Créditos

Dirección editorial:

Martín Giménez Rébora, Gerente de Movilización de Recursos

Coordinación de contenidos:

Pablo Ferreyra

Revisión y supervisión de contenidos:

Mercedes Eisele y Mariana Ahualli

Supervisión metodológica:

Antonio Canaviri

Investigación y trabajo de campo:

VOICES! Research and Consultancy Group

© Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, junio de 2019.
Sector privado y los derechos de niñas, niños y adolescentes en
la Argentina. Estudio cuantitativo sobre prácticas y políticas de las
empresas en el país.

Junio de 2019, Buenos Aires, Argentina

Primera edición

Correctora: **Daniela Acher**

Coordinación, producción gráfica y diseño: **Paula Galli**

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.

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)

buenosaires@unicef.org

www.unicef.org.ar

2019

— Sector privado y los derechos de niñas, niños y adolescentes en la Argentina

Estudio cuantitativo sobre
prácticas y políticas de las
empresas en el país



Acercas de UNICEF

UNICEF es la agencia de Naciones Unidas que tiene como objetivo garantizar el cumplimiento de los derechos de la infancia y adolescencia, y asegurar su bienestar en todo el mundo. Su accionar se guía por la Convención sobre los Derechos del Niño, que reconoce como niño o niña a todo individuo menor de 18 años.

En la Argentina, UNICEF brinda asistencia técnica al Estado Nacional, los gobiernos provinciales, el sector privado y la sociedad en general, en diferentes áreas vinculadas al bienestar de la infancia y la adolescencia: salud, educación, protección de derechos, comunicación, e inclusión social y monitoreo.

Sus estrategias de intervención se basan en un enfoque de derechos y de equidad, que no solo logren resultados a gran escala, sino que también permitan llegar ampliamente a los niños y niñas del país, sobre todo a aquellos más excluidos.



Prólogo

UNICEF tiene la misión de promover la protección de los derechos de los niños y las niñas, ayudar a satisfacer sus necesidades básicas y aumentar las oportunidades que se les ofrecen para que alcancen plenamente sus potencialidades. En esa misma línea, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promueven los derechos de la infancia bajo la consigna de no dejar a nadie atrás y el concepto de una responsabilidad compartida: todos los actores de la sociedad deben contribuir para lograr resultados positivos y concretos en el bienestar de niñas, niños y adolescentes. Es por ello que el sector privado tiene un rol fundamental en la Agenda 2030 y su contribución es esencial para alcanzar los ODS y avanzar hacia el cumplimiento de la Convención sobre los Derechos del Niño.

Con el compromiso de actuar a partir de evidencia precisa y pertinente, UNICEF Argentina se ha propuesto conocer cuáles son los principales desafíos y oportunidades en el trabajo con el sector privado, para generar estrategias exitosas de intervención y alianzas que permitan impactar positivamente en la infancia y la adolescencia en el país.

El estudio no tiene precedentes en la región y logró una representatividad estadística del sector privado en la Argentina (710 empresas relevadas, 90% de ellas pequeñas y medianas —PyME—) que permite describir la situación actual de derechos de niñas, niños y adolescentes, y empresas.

El foco de la investigación estuvo puesto en temáticas prioritarias que UNICEF trabaja en la Argentina con el Estado, la sociedad civil y las comunidades, además de las empresas. Entre otras, licencias por maternidad y paternidad, oportunidades de empleo a jóvenes en situación de vulnerabilidad, comunicaciones y mensajes respetuosos de los derechos del niño, inversión social en la infancia.

Esta edición, elaborada en 2019, da continuidad a un primer estudio realizado en 2013 que, con una metodología similar, arrojó datos cuantitativos sobre la situación de la infancia y el sector privado en el país en este entonces. Ambos documentos destacan desafíos pendientes, como la urgencia de reforzar el conocimiento y el cumplimiento de la normativa vigente por parte de las empresas, y la necesidad de fortalecer las PyME en sus políticas y prácticas que impactan sobre los derechos de niñas, niños y adolescentes.

Una de las innovaciones que propone el estudio es la clasificación de las empresas en términos de su compromiso con los derechos de la infancia y la adolescencia. Un 21% cuenta con un compromiso alto, 49% presenta un compromiso medio y 30% tiene un compromiso bajo. Esta clasificación es un insumo clave para entender las características particulares de cada grupo, pensar estrategias específicas y monitorear su evolución a lo largo del tiempo.

Invitamos a todos los actores de la sociedad que quieran trabajar a favor de la infancia y la adolescencia a conocer los resultados de este estudio y a abordar las principales brechas que existen en la Argentina en relación con el cumplimiento de los derechos de niñas, niños y adolescentes. Desde UNICEF, tomamos el compromiso de cooperar con el sector privado para lograr estos desafiantes y necesarios objetivos.

Luisa Brumana

Representante UNICEF - Oficina de Argentina

Índice

10	Resumen ejecutivo
15	Introducción
21	Objetivos del estudio
24	Sector privado y los derechos de niñas, niños y adolescentes en la Argentina - Principales hallazgos
26	Trabajo puertas adentro
27	1— Políticas de compromiso en las empresas con los derechos humanos
34	2— El derecho al cuidado en las políticas de las empresas
34	2.1. Equidad de género en el trabajo
38	2.2. Embarazo, maternidad, paternidad y lactancia
50	2.3. Cuidado, crianza y educación básica de niñas y niños
53	3— Protección integral de niñas, niños y adolescentes, y su preparación para la vida adulta
53	3.1. Empleo joven
55	3.2. Trabajo infantil
58	3.3. Controles y cláusulas de conducta a proveedores
60	Trabajando puertas adentro – Estado de situación
62	Trabajo puertas afuera
63	1— Productos adecuados y seguros
68	2— Comunicación, publicidad y <i>marketing</i>
71	3— Inversión social privada en infancia
74	Trabajando puertas afuera – Estado de situación
76	Desafíos sectoriales en torno al cuidado y protección de la infancia y adolescencia
78	Transporte y turismo
80	Tecnología y comunicaciones
82	Alimentos y bebidas
88	Clasificación de las empresas según su compromiso con los DD.HH. y los derechos de los niños
95	A modo de cierre
97	Anexo metodológico de la definición de los grupos
103	Anexo metodológico
107	Referencias y bibliografía
111	Leyes y normativas

Sector privado y los derechos de niñas, niños y adolescentes en la Argentina

Resumen ejecutivo

2019

APRENDIZAJES DE ESTE INFORME SOBRE LA RELACIÓN ENTRE EL SECTOR PRIVADO Y LA NIÑEZ EN LA ARGENTINA

Este estudio realizado entre 710 empresas estadísticamente representativo de la Argentina confirma el punto de partida acerca de la existencia de empresas que desconocen la normativa vigente, y que, conociéndola, no la cumplen o dicen no poder cumplirla.

En este sentido, este estudio ha priorizado la búsqueda de oportunidades y la responsabilidad de impulsar acciones, tanto “puertas adentro de la empresa” como “puertas afuera de la empresa” en pos de los derechos de la infancia. Acciones que deberían contemplar sensibilización, cambio de políticas, y generación de programas que garanticen el respeto y promuevan el alcance de estos derechos.

En líneas generales, el estudio indica que existe un bajo compromiso de empresas (14%) con iniciativas de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos, como el Pacto Global de las Naciones Unidas, los Derechos del Niño y Principios Empresariales, o la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, entre otras.

A pesar de la baja adhesión a iniciativas de responsabilidad social corporativa y respeto por los derechos humanos, un 61% de las empresas declara tener políticas propias de compromiso con la materia, es decir, políticas que intentan evitar que las actividades de la empresa tengan impactos negativos sobre los derechos humanos. Un 14% ha incluido elementos específicos sobre los derechos de niñas, niños y adolescentes en sus políticas de derechos humanos.

Sin embargo, solamente 1 de cada 10 empresas (11%) declara contar con algún tipo de monitoreo de su impacto en derechos humanos, específico de su industria.

Haciendo foco en la situación “puertas adentro de la empresa”, es decir, en la forma en que las empresas pueden acompañar a las familias de sus empleadas y empleados en su bienestar y desarrollo, se observan brechas en el cumplimiento de la normativa.

El estudio muestra un escaso desarrollo de políticas y prácticas corporativas específicas dirigidas a promover la conciliación de la vida laboral y la vida familiar, y la coparentalidad más allá de lo que establecen las normas locales aplicables al empleo (la licencia por paternidad más allá de los dos días corridos que establece la Ley de Contrato de Trabajo es la más extendida entre las empresas).

A pesar de que la lactancia materna está promovida por Ley en la Argentina¹, un 32% de las empresas no ofrece reducción de horario por lactancia, como lo exige la normativa vigente², y 92% de las empresas no cuenta con un espacio amigo de la lactancia o lactario³, entendido como *“un sector limpio, cómodo y de uso exclusivo para que las mujeres en período de amamantamiento puedan extraer su leche y conservarla adecuadamente durante la jornada laboral”* (Decreto Reglamentario 22/2015 correspondiente a la Reglamentación de la Ley N° 26.873).

Sumado a esto, el 95% no apoya el acceso a espacios de cuidado infantil dentro de los beneficios que ofrece a sus empleadas y empleados⁴.

Otras iniciativas, como la reducción de jornada laboral por cuidado de niñas y niños pequeños o la posibilidad de trabajar desde la casa (teletrabajo) también tienen una baja incidencia (19% y 15% respectivamente), lo que demuestra que todavía hay mucho por hacer en materia de acciones que contribuyan a que las madres y los padres cuenten con tiempo suficiente para acompañar la crianza de sus hijos e hijas⁵.

¹ Ley 26.873 de Lactancia Materna. Promoción y Concientización Pública.

² Art. 179 de Ley 20.744 de Contrato de Trabajo.

³ Art. 4 de la Ley 26.873 de Lactancia Materna. Promoción y Concientización Pública.

⁴ Art. 179 de Ley 20.744 de Contrato de Trabajo (no reglamentado).

⁵ Vale aclarar que la viabilidad de brindar estos beneficios muchas veces depende del tipo de empresa e industria.

Existe un alto desconocimiento de las empresas sobre las normativas vinculadas a cuestiones centrales como el trabajo infantil y solo el 28% de las empresas considera que es posible aplicar siempre la ley sobre trabajo infantil y un 45% desconoce la ley en detalle⁶.

Vinculado con lo anterior, hay un alto desconocimiento sobre lo que sucede en su cadena de valor, en cuestiones que afectan el cumplimiento de los derechos del niño. Quienes tienen a cargo la dirección o gestión de la empresa tienen un bajo conocimiento acerca de si sus proveedores respetan la legislación sobre trabajo infantil (18%), cumplen con las licencias por maternidad y paternidad (15%) y cumplen con las normas sanitarias y ambientales (29%).

Un 3% de las empresas ha incorporado en sus contratos con proveedores una cláusula relativa a la prohibición del trabajo infantil.

Haciendo foco en el estado de situación “puertas afuera de la empresa”, es decir, en la operatoria de la empresa vinculada a los productos y servicios que ofrecen (y su impacto en el medioambiente), a la comercialización y comunicación que realizan y todo lo referente al involucramiento del sector privado en actividades que impacten en la comunidad, también hay desafíos pendientes para garantizar el respeto y la promoción de los derechos del niño.

Un 43% de las empresas, cuyos productos o servicios son consumidos por niñas, niños y adolescentes, desconoce si existe alguna normativa específica sobre su protección, como códigos de conducta de la industria, principios de derechos humanos, recomendaciones del Comité de Derechos del Niño, normas ISO específicas sobre infancia, entre otras. Por otra parte, un 17% de las empresas sí cumple con normativas de este tipo.

Existe un bajo reconocimiento del vínculo que existe entre los derechos del niño y las cuestiones medioambientales en el marco de la sustentabilidad. Más de la mitad de las empresas (56%) no realiza evaluaciones del impacto que sus actividades de producción tienen en el medioambiente y 94% del total de las empresas no realiza evaluaciones del impacto ambiental que sus actividades de producción tienen en niños, niñas y adolescentes, por separado, como grupo específico.

Así también, las empresas deben seguir trabajando en asegurar que todas las comunicaciones y campañas de *marketing* no tengan impactos negativos sobre los niños y niñas: en la actualidad, casi la mitad (47%) de las empresas que dirigen parte de su comunicación a niños, niñas y adolescentes no cuenta con políticas formales y escritas que regulen estas comunicaciones (en el tipo de mensajes, el tipo de imágenes, la distribución por canales tradicionales y digitales, las franjas horarias, entre otros).

De cara a la comunidad, todavía hay un importante trabajo por hacer con relación a la inversión social privada con enfoque en los derechos de los niños, ya que un 35% de las empresas realiza acciones, apoya iniciativas u organizaciones sociales en beneficio de los niños, niñas y adolescentes y solamente el 15% de estas empresas realiza una medición del impacto de estas acciones o iniciativas.

Para finalizar, tomando en cuenta las acciones, iniciativas, los compromisos asumidos y monitores que realizan las empresas en torno a los derechos humanos y los derechos de niños, niñas y adolescentes, se generó una clasificación que identificó tres niveles de compromiso con la infancia dentro del universo de empresas presentes en la Argentina.

Un 21% de las empresas resultó tener un compromiso ALTO, un 49% un compromiso MEDIO y un 30% cuenta con un compromiso BAJO.

Cada uno de estos grupos tiene desafíos propios que deben ser acompañados por abordajes que permitan a cada uno fortalecer el cumplimiento de la normativa, incorporar una perspectiva de derechos del niño y potenciar su nivel de compromiso.

⁶ Ley 26.390 de Prohibición del Trabajo Infantil y Protección del Trabajo Adolescente.



Introducción

“Necesitamos un mayor compromiso e inversión de los gobiernos, empresarios y sociedades para trabajar juntos en lograr un mundo en el que todos los niños, niñas y adolescentes tengan la posibilidad de crecer saludables y educados; en el que cada niño pueda ir a la escuela y aprender las capacidades que necesita para contribuir a su economía y sociedad cuando sea adulto; en el que cada niño sea libre de la violencia y la discriminación y en el que cada niño esté informado sobre sus derechos y empoderado para actuar en las cuestiones que le afectan e importan.”

Henrietta H. Fore,
directora ejecutiva de UNICEF

Los niños, niñas y adolescentes⁷ menores de 18 años representan un tercio de la población argentina (31%), de acuerdo con el último Censo Nacional (2010). Además, se encuentran entre los miembros más vulnerables de la sociedad y su voz rara vez es tenida en cuenta.

Las empresas, ya sean grandes o pequeñas, influyen en la vida de los niños y niñas a través de sus procesos, productos y servicios, y políticas corporativas y de Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Por esta razón, UNICEF Argentina decidió realizar en 2013 un estudio sobre las prácticas y políticas que impactan de alguna manera en la infancia, el cual ha sentado las bases para esta nueva investigación en 2019⁸.

En el estudio de 2013 se pudo corroborar que en el sector privado existe un bajo conocimiento y cumplimiento de la normativa vigente relacionada con los derechos de los niños, niñas y adolescentes que las empresas están obligadas a respetar.

También permitió confirmar la existencia de un alto nivel de informalidad laboral en las empresas, lo cual afecta directamente a los derechos de los trabajadores y de los niños y niñas bajo su cuidado.

Asimismo, se evidenció un bajo desarrollo de acciones de RSE, políticas, prácticas y programas relativos a la infancia y sus derechos.

Los datos de 2013 muestran que el 45% de las empresas considera que es posible respetar siempre la legislación sobre trabajo infantil; el 37% no cumple con la normativa vigente en cuanto a licencias por maternidad y el 49% tampoco lo hace para el caso de la reducción horaria por lactancia; el 37% de las empresas tiene conocimiento de las prácticas en su cadena de valor con problemáticas medioambientales y de trabajo infantil; y entre las empresas que dirigen sus comunicaciones al público infantil, el 56% no cuenta con políticas formales y escritas que establezcan la manera en que estas comunicaciones se crean y distribuyen (por ejemplo, sobre los tipos de mensajes a utilizar).

Por otro lado, el estudio permitió constatar que el 73% de las empresas realizó, en los tres años anteriores, iniciativas de inversión social privada con foco en infancia, aunque no necesariamente desde una perspectiva de derechos.

En 2019, se llevó a cabo un nuevo estudio con el objetivo de ver el estado actual y la evolución de las políticas, las prácticas y los desafíos del sector privado en la Argentina, con impacto en infancia, todavía pendientes.

CONTEXTO INTERNACIONAL Y NACIONAL

A nivel internacional, desde Naciones Unidas y otros grupos de interés ha habido grandes avances en materia de derechos humanos y empresas. Se ha reconocido, de manera creciente, el rol fundamental del sector privado como actor clave para garantizar y promover los derechos del niño⁹.

Esto ha quedado establecido en instrumentos internacionales clave como la *Observación General N.º 16: Sobre las obligaciones del Estado en relación con el impacto del sector empresarial en los derechos del niño*¹⁰ (2013), en *Los Derechos del Niño y Principios Empresariales*¹¹ (2013), así como también en los *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*¹² (2015) y en las *Recomendaciones del Comité de los Derechos del Niño al Estado argentino sobre niñas, niños y adolescentes sin cuidados parentales*¹³ (2018).

⁷ Deseamos aclarar que apoyamos el uso de un lenguaje que no marque diferencias discriminatorias de género. Sin embargo, a fin de facilitar la lectura, no se incluyen recursos como la @ o las barras "os/as". En aquellos casos en que se ha optado por pluralizar en masculino, se debe únicamente a la necesidad de agilizar la lectura.

⁸ El estudio *Empresas e Infancia 2019* contó con una muestra diseñada y ponderada por tamaño y sector, representativa del universo de empresas en la Argentina. La muestra de 2013 tuvo un diseño y una composición muestral diferentes. Por este motivo, los resultados no pudieron ser comparados.

⁹ A lo largo de este documento se hará referencia a los Derechos del Niño a partir de su nombre técnico derivado de la Convención, sin perjuicio de la perspectiva de género, teniendo siempre como referencia al conjunto de niños, niñas y adolescentes, con sus particularidades y problemáticas específicas.

¹⁰ https://www.unicef.org/csr/css/CRC_General_Comment_SPANISH_26112013.pdf.

¹¹ https://www.unicef.org/costarica/docs/cr_pub_Derechos_del_Nino_y_Principios_Empresariales.pdf.

¹² <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>.

¹³ https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CRC%2fC%2fARG%2fCO%2f5-6&Lang=en.

Estos documentos resaltan el enorme potencial del sector privado en el bienestar de los niños y niñas, además de alertar sobre los impactos negativos actuales y eventuales, que es necesario evitar, minimizar y remediar.

En la *Observación General N.º 16: Sobre las obligaciones del Estado en relación con el impacto del sector empresarial en los derechos del niño* se sostiene que “Para cumplir su obligación de adoptar medidas para velar por que las empresas respeten los derechos del niño, los Estados deben exigir a las empresas que procedan con la diligencia debida en lo que respecta a los derechos del niño. Esto garantizará que las empresas identifiquen, prevengan y mitiguen el impacto de sus operaciones en los derechos del niño, por ejemplo, en sus relaciones comerciales y en las operaciones mundiales. Cuando exista un riesgo elevado de que una empresa se vea involucrada en violaciones de los derechos del niño debido a la naturaleza de sus operaciones o su ámbito de funcionamiento, los Estados deben exigir un proceso más estricto de diligencia debida y un sistema eficaz de vigilancia”.

En junio de 2018, el Comité de los Derechos del Niño redactó las Observaciones finales sobre los informes periódicos quinto y sexto combinados de la Argentina donde se vuelve a hacer mención de la importancia del respeto y cuidado de los derechos de niñas y niños por parte del sector empresarial.

“Reiterando su preocupación por la persistente falta de orientaciones y normas claras destinadas a las empresas, tanto nacionales como transnacionales, en lo que respecta a la protección y el respeto de los derechos del niño, y haciendo referencia a su *Observación General N.º 16 (2013) sobre las obligaciones del Estado en relación con el impacto del sector empresarial en los derechos del niño*, el Comité recomienda que el Estado parte:

a) Instituya un marco jurídicamente vinculante para las empresas nacionales y extranjeras, y vele por que estas rindan cuentas y por que sus actividades no menoscaben los derechos humanos ni contravengan las normas ambientales o de otra índole, especialmente las relativas a los derechos de los niños, incluidas las operaciones en el extranjero;

b) Exija a todas las empresas que observen la diligencia debida en relación con los derechos del niño, en particular que realicen evaluaciones periódicas de los efectos de sus actividades sobre tales derechos, celebren consultas y den a conocer plena y públicamente los efectos que sus actividades empresariales tienen en el medioambiente, la salud y los derechos humanos, así como sus planes para hacer frente a dichos efectos.”

Las acciones que puedan llevar adelante las empresas tienen un impacto directo en el cumplimiento de los ODS.

ODS N° 1 FIN DE LA POBREZA

Las empresas tienen en sus manos diferentes herramientas entre las cuales se destacan apoyar programas de acceso al empleo para jóvenes trabajadores, prevenir el trabajo infantil en la cadena de suministros y promover el acceso a la salud y la educación en las comunidades en las que opera la empresa a través de la financiación y puesta en marcha de programas sociales.

ODS N° 2 HAMBRE CERO

Las empresas tienen en sus manos diferentes herramientas entre las cuales se destacan apoyar programas de acceso al empleo para jóvenes trabajadores, prevenir el trabajo infantil en la cadena de suministros y promover el acceso a la salud y la educación en las comunidades en las que opera la empresa a través de la financiación y puesta en marcha de programas sociales.

ODS N° 5 IGUALDAD DE GÉNERO

La igualdad de género puede ser promovida en las empresas incorporando un enfoque de género transversal en todas las políticas y procesos, ofreciendo condiciones laborales dignas a mujeres y jóvenes trabajadoras y fomentando las políticas de conciliación familiar tanto para hombres como para mujeres.

ODS N° 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Pueden ser fomentados con una mirada de la infancia a través de medidas como:

- Establecer controles periódicos sobre proveedores, evaluando que el lugar y las condiciones de trabajo respeten tanto los estándares de salud y seguridad como los derechos humanos y de la infancia.
- Prevenir el trabajo infantil en la cadena de suministros, estableciendo controles que aseguren que no haya niños o niñas que trabajen y estableciendo procesos que garanticen un abordaje integral y la vuelta a la escuela cuando estas situaciones fueran detectadas.
- Desarrollar publicidad y *marketing* que fomenten el consumo responsable y respeten los derechos de los niños, así como difundir información al consumidor sobre el respeto y la promoción de los derechos de la infancia.

A nivel local, un instrumento interesante a cargo de los gobiernos nacionales para la promoción de derechos es la elaboración de los Planes Nacionales de Acción en Derechos Humanos y Empresas (2017) (NAP, por sus siglas en inglés¹⁴). En este marco, se desarrollan planes de acción para la aplicación de los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos¹⁵ (2011) en los distintos países. En el caso argentino y gracias a la colaboración de UNICEF, el proceso de elaboración del NAP plantea incorporar la mirada de infancia, dando cuenta de la relevancia de este grupo específico (niños, niñas y adolescentes) en las discusiones en torno a los derechos humanos y las empresas.

Por último, desde la perspectiva empresarial, se ha vuelto evidente para muchas empresas que respetar y apoyar los derechos de los niños tiene el potencial de generar beneficios de negocio.

En *Los Niños son asunto de todos: Manual de Trabajo 2.0* (2013) quedan explicitadas las ventajas que trae aparejada la implementación, en las empresas, de políticas que promuevan los derechos de los niños:

- **Una mejor gestión de los riesgos.** Esto ocurre al incorporar cuestiones sociales y ambientales, como los derechos humanos, y asegurar que las medidas adoptadas en materia de salud, seguridad y responsabilidad de sus productos protejan los intereses de los niños.
- **Mejor reputación e imagen de la empresa.** Ocurre al demostrar que los impactos positivos de sus productos, de su *marketing* responsable y de sus buenas relaciones con las comunidades locales responden a las necesidades de madres, padres, cuidadores y niños.
- **Reclutamiento y retención de trabajadores motivados.** Ofrecer buenas condiciones de trabajo puede permitir a los empleados, que también son madres o padres, combinar sus responsabilidades familiares con su desarrollo en el ámbito laboral. Además, las empleadas y empleados quieren trabajar cada vez más para organizaciones con algún propósito social y que contribuyan al bien de la sociedad en general.
- **Desarrollo de una nueva generación de talentos.** Esto ocurre al financiar programas de prácticas o pasantías y otros programas educativos que dotan a las y los jóvenes de competencias laborales, incluso en materia de toma de decisiones y de liderazgo.
- **Un negocio estable y sostenible.** Las comunidades con niñas y niños sanos y con acceso a una educación de calidad tienen mejores oportunidades para construir negocios y economías saludables.

Sin embargo, existen aún grandes desafíos sobre cómo las empresas deberían promover los distintos instrumentos internacionales y locales, y adaptar su accionar para dar cumplimiento a los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

¹⁴ NAP: National Action Plan on Business and Human Rights. Para mayor información sobre los NAP, consultar: <https://globalnaps.org/>.

¹⁵ http://www2.ohchr.org/spdocs/business/a-hrc-17-31_sp.doc.



Objetivos del estudio

EMPRESAS E INFANCIA 2020

Para llevar adelante esta nueva edición del estudio, se incorporaron los pilares de la publicación *Empresas e Infancia 2020*¹⁶, un documento que refleja las prioridades del Programa de Cooperación de UNICEF 2016-2020 en clave de sector privado. Allí, se identifican las oportunidades de contribución de las empresas para el alcance de los derechos de los niños, niñas y adolescentes en la Argentina. Parte de un diagnóstico de situación inicial, de acuerdos de trabajo con el gobierno nacional y los gobiernos locales, y de una instancia de validación con 250 referentes del sector privado.

En el documento se plantean propuestas y herramientas para orientar las prioridades del trabajo desde el sector privado, sobre los derechos de los niños y niñas, en dos ámbitos centrales y complementarios: “puertas adentro” y “puertas afuera” de la empresa.

TRABAJANDO PUERTAS ADENTRO DE LA EMPRESA

Existen varios ámbitos en los que las empresas pueden influir en el respeto y la promoción de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Uno de ellos es “puertas adentro” de las compañías, con su público interno, es decir, sus empleadas y empleados.

En este sentido, es importante generar un ambiente propicio para que aquellos que son madres o padres puedan brindar a sus hijos e hijas los cuidados que necesitan. Algunas posibilidades para lograr esto son las iniciativas de apoyo a los trabajadores y trabajadoras en temas de cuidado y crianza; la conciliación entre la vida familiar y el trabajo, la erradicación del trabajo infantil (tanto en la propia empresa como entre sus proveedores y clientes) y el fomento al empleo joven (UNICEF, 2017).

TRABAJANDO PUERTAS AFUERA DE LA EMPRESA

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, neutralizar y remediar sus impactos negativos (UNICEF, 2017).

El presente estudio tiene por objetivo indagar sobre las políticas y prácticas corporativas de las empresas en la Argentina, vinculadas directa o indirectamente con el cumplimiento de los derechos la infancia y la adolescencia.

La generación de un nuevo estudio sobre el cumplimiento de los derechos de los niños y niñas por parte del sector privado en la Argentina permitirá, por un lado, identificar las brechas en el conocimiento y en el cumplimiento de las normativas vigentes y, por otro, diseñar estrategias junto con el sector privado y el sector público para su efectivo cumplimiento.

Para avanzar en estos desafíos, tanto la línea de base del 2013 como esta nueva medición toman como punto de partida la empresa, pero indagan además sobre prácticas y políticas vinculadas con su cadena de valor, en particular, sus proveedores.

¹⁶ <https://www.unicef.org/argentina/media/2236/file>.

Este estudio, al igual que el de 2013, parte de la idea que, en la Argentina, continúa existiendo un **bajo nivel de desarrollo de las acciones de responsabilidad** de las empresas en relación con el respeto y la promoción de los derechos de las niñas y los niños, con un **reducido grado de sensibilización con respecto a los derechos de la infancia** y las responsabilidades del sector privado, y con **escasas políticas, programas o acciones** que promuevan y protejan los derechos de la infancia.

Asimismo, se consideran aspectos vinculados a todas las operaciones empresariales: productos, servicios, estrategias de *marketing* y de distribución, así como las relaciones con sus empleadas y empleados, con los gobiernos nacionales y locales, y la inversión social privada en comunidades.

Por último, pero no menos importante, se identificaron tres industrias prioritarias en las cuales se indagaron aspectos específicos de relevancia: **alimentos y bebidas, viajes y turismo, tecnología y comunicación (TIC)**.

CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

La muestra final del estudio fue de 710 casos.

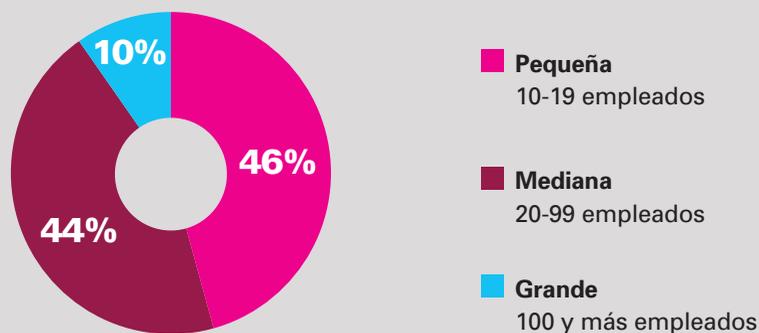
El tipo de técnica utilizada para la selección de la muestra fue un muestreo aleatorio estratificado.

La totalidad de las empresas que contestaron pertenece al sector privado. En cuanto a la composición del capital, el 95% de las empresas es de capital nacional, mientras que el 3% es de capital extranjero y el resto (2%) de capital mixto.

Entre las empresas grandes (de más de 100 empleados) hay una mayor proporción de capitales extranjeros (9%) o mixtos (7%).

Si bien se recibieron respuestas de empresas de diversos sectores y tamaños, en línea con la distribución de empresas privadas a nivel nacional, gran parte corresponde a pequeñas y medianas compañías. Del total de empresas, el 90% cuenta con menos de 100 personas empleadas.

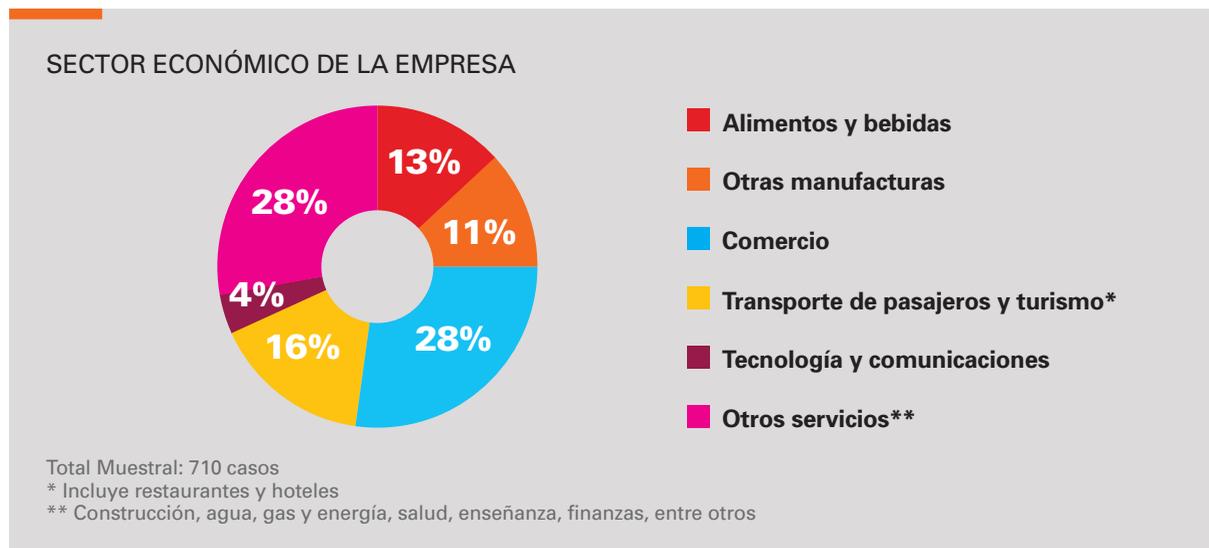
TAMAÑO DE LA EMPRESA SEGÚN CANTIDAD DE EMPLEADOS



Total Muestral: 710 casos

Con relación al sector de actividad, se encuentran representadas en la muestra empresas de alimentos y bebidas, comercio, transporte y turismo, tecnología y comunicaciones, otros servicios (construcción, agua, gas y energía, salud, enseñanza, finanzas, entre otras) y otras manufacturas.

El 25% de las empresas pertenece al sector manufacturero (alimentos y bebidas más otras manufacturas), 28% se incluye dentro del sector de comercio y el 47% restante corresponde al sector de servicios (transporte y turismo más tecnología y comunicaciones más otros servicios).



EMPRESAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

La muestra incluye empresas fabricantes de diversos productos como panificados, panadería y pastelería, pastas, empanadas y pizzas, vinos, helados, materias primas/insumos, ingredientes/aditivos, lácteos, agua/soda, otras bebidas, galletitas, alfajores, entre otros.

EMPRESAS DE TECNOLOGÍA Y COMUNICACIONES

En la muestra, algo más de la mitad de este sector corresponde a empresas desarrolladoras de *softwares* y soportes informáticos. La otra mitad incluye empresas de procesamiento de datos, consultoría y *marketing* digital, producción de contenidos audiovisuales, mantenimiento de equipos, acceso a Internet/proveedor de servicios de Internet (ISP), servicios de televisión y/o telefonía, seguridad electrónica, entre otros.

EMPRESAS DE TURISMO Y TRANSPORTE

Las incluidas en la muestra corresponden a los siguientes rubros: transporte de pasajeros, hotelería, transporte de carga, restaurantes, gastronomía y *catering*, logística, alojamiento, agencia de viajes, entre otros.

Sector privado y los derechos de niñas, niños y adolescentes en la Argentina

Principales hallazgos

2019

— Trabajo puertas adentro

1 —

Políticas de compromiso en las empresas con los derechos humanos

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas resaltan la importancia del sector privado como actor clave en la búsqueda de la sustentabilidad, con empresas comprometidas con el respeto por los derechos humanos de sus trabajadores, de sus familias y de las personas que habitan en las comunidades en las que operan.

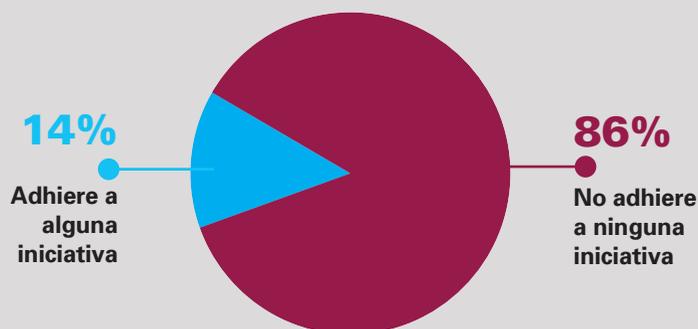
Entre las medidas para promover los derechos humanos (incluidos especialmente los de los niños y niñas) se encuentra el contar con una política de estos derechos explicita no solo los compromisos de las empresas sino también los de sus proveedores.

En este sentido, también es relevante que las empleadas y los empleados estén informados acerca de este tipo de políticas para que puedan respetarlas y también utilizar los canales de consulta correspondientes en caso de posibles vulneraciones.

Un 86% de las empresas entrevistadas no se ha comprometido con ninguna de las iniciativas de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos como el Pacto Global de las Naciones Unidas, los Derechos del Niño y Principios Empresariales, o la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, entre otras.

Casi 9 de cada 10 empresas no están comprometidas con ninguna iniciativa de responsabilidad corporativa ni de respeto por los derechos humanos.

% DE EMPRESAS QUE ADHIEREN A INICIATIVAS DE RSE Y RESPETO POR LOS DERECHOS HUMANOS (DDHH)



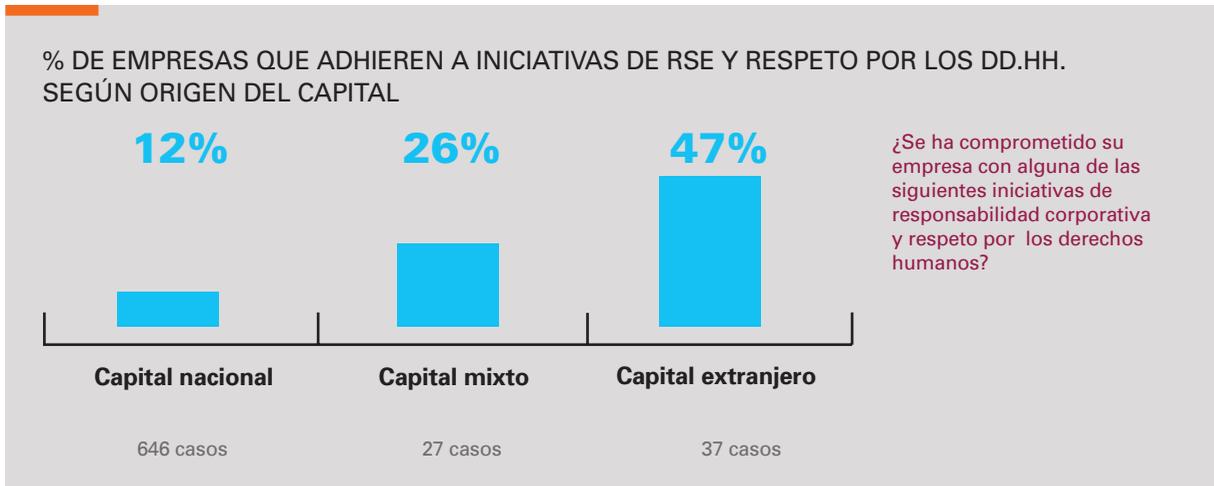
¿Se ha comprometido su empresa con alguna de las siguientes iniciativas* de **responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos?**

Total Muestral: 710 casos

* Pacto Global de las Naciones Unidas, Principios Empresariales y Derechos del Niño, ISO 26000, Código de Conducta para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes en Viajes y Turismo, Código de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna, Código de Autorregulación Publicitaria (CONARP), Iniciativa de Comercio Ético (ETI), Asociación de Trabajo Justo (FLA), Principios de Empoderamiento de las Mujeres (WEPs, ONU Mujeres), Guía de Derechos Humanos para Empresas. "Proteger, Respetar y Remediar: Todos Ganamos" (PNUD).

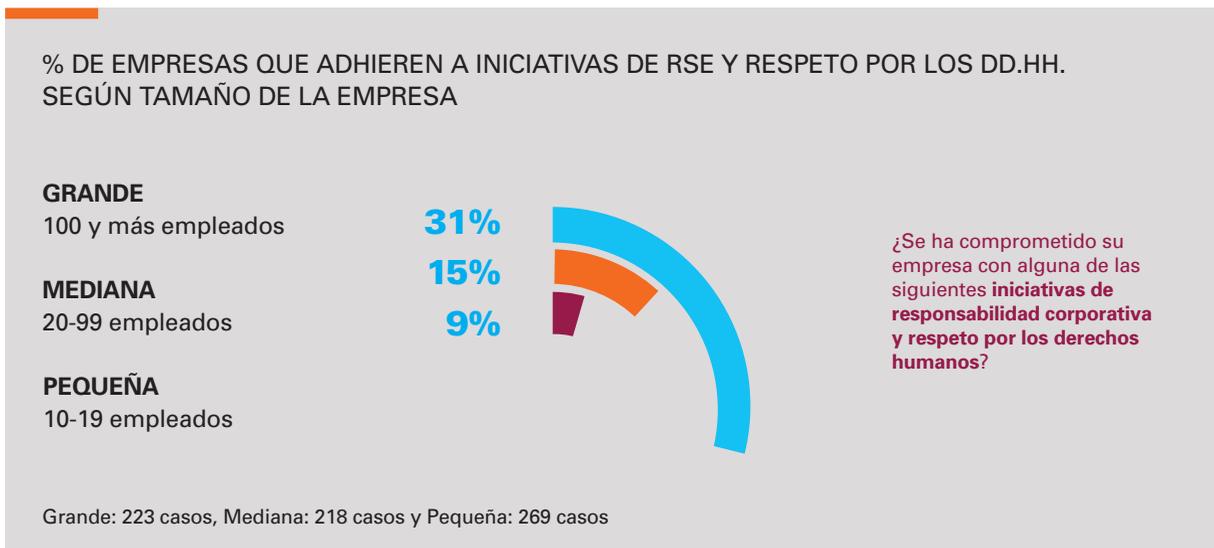
El tamaño y el origen del capital de las empresas tienen impacto en el nivel de adhesión de las iniciativas de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos.

Entre las empresas de capital extranjero, la adhesión a alguna iniciativa alcanza casi a la mitad de las empresas (47%), mientras que, en el otro extremo, entre las empresas de capital nacional un 12% se encuentra comprometido con alguna iniciativa de este tipo.



Entre las empresas de capital extranjero destacan el compromiso con el Pacto Global (26%) y los Principios de Empoderamiento de las Mujeres (WEP, ONU Mujeres) (12%).

La adhesión a iniciativas de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos también es mayor a medida que aumenta el tamaño de la empresa, alcanzando un 31% de las empresas grandes.



Adicionalmente, **el 15% de las empresas adhiere a certificaciones o estándares internacionales.** Esta adhesión también es mayor (56%) entre las empresas de capitales extranjeros.

Asimismo, la adhesión a estándares internacionales es significativamente mayor entre empresas de alimentos y bebidas (20%), manufacturas (21%) y tecnología y comunicaciones (22%) que entre las empresas del sector comercio (11%), y turismo y transporte (10%).



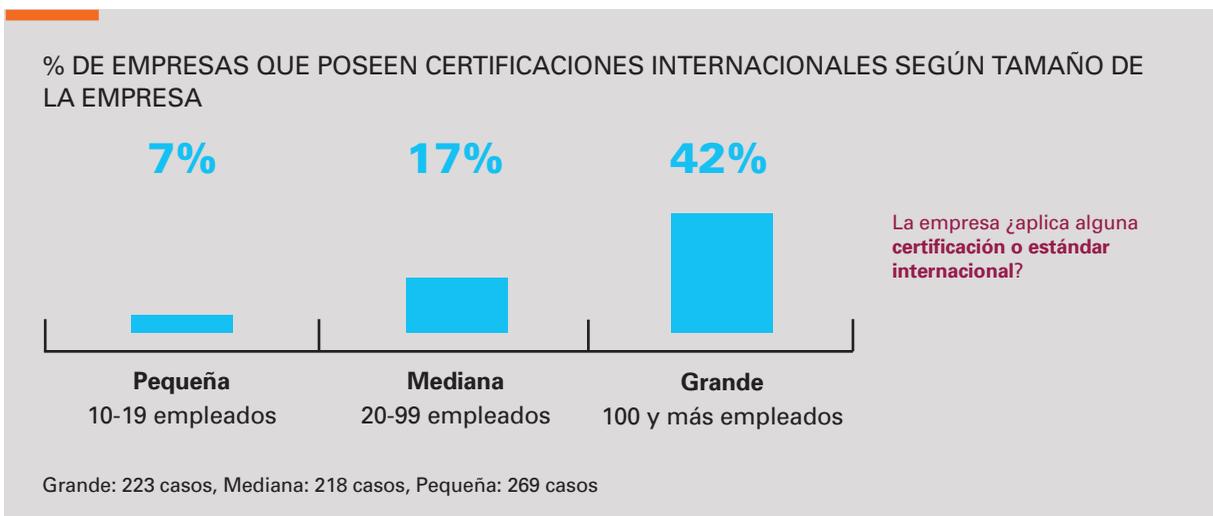
Los estándares o certificaciones internacionales mencionados por las empresas, en su gran mayoría, se vinculan con sistemas de gestión y de calidad (normas ISO, IRAM o lineamientos específicos de las diferentes industrias -HACCP e IATF-).

Sin embargo, no se mencionan espontáneamente estándares, lineamientos o iniciativas como el Pacto Global, las normas ISO 26000 de Responsabilidad Social, los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los Derechos del Niño y Principios Empresariales, la Guía de Derechos Humanos para Empresas “Proteger, Respetar y Remediar: Todos Ganamos” vinculados con la RSE y el desarrollo sostenible.

Un 4% de las empresas mencionan la norma ISO 14001 de gestión ambiental, un 4% la norma ISO 18000 de salud y seguridad laboral y un 0,5% la BSCI (Business Social Compliance Initiative)¹⁷.

La adhesión a certificaciones internacionales de gestión tiene una relación directa con el tamaño de la empresa: a mayor tamaño, mayor es la proporción de empresas que adhieren a estándares y certificaciones internacionales.

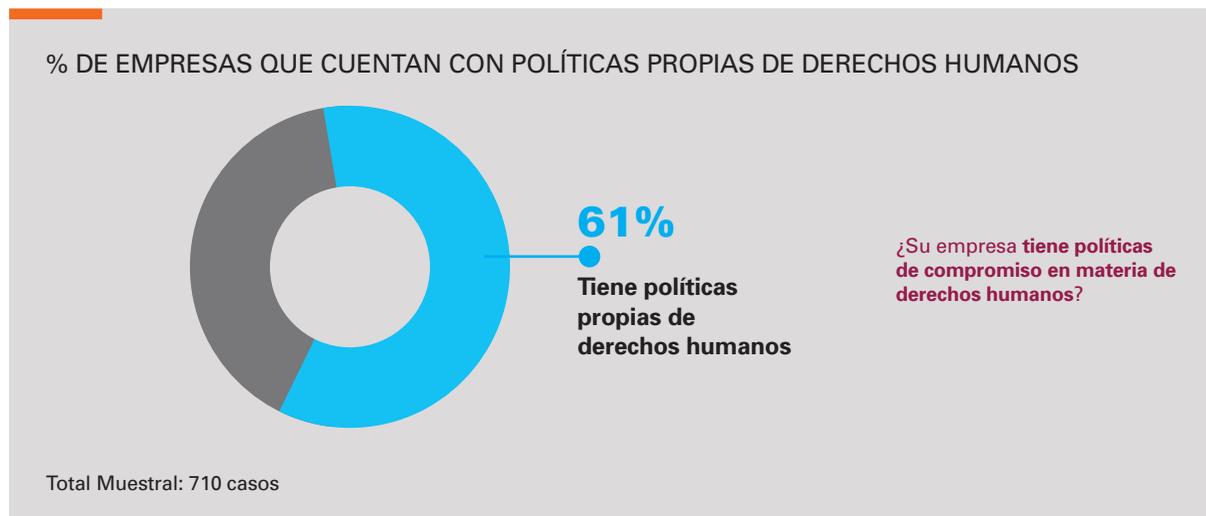
En las empresas grandes (más de 100 empleados) la adhesión alcanza a 4 de cada 10 de ellas. Asimismo, entre las empresas más grandes crece también la presencia de certificaciones vinculadas con RSE y el desarrollo sostenible: la norma International Organization for Standardization (ISO) 14001 de gestión ambiental (11%), la norma ISO 18000 de salud y seguridad laboral (7%) y un 2% la Business Social Compliance Initiative (BSCI).



A pesar de la baja adhesión a certificaciones o estándares internacionales y al compromiso con iniciativas de responsabilidad social corporativa y respeto por los derechos humanos, **más de la mitad de las empresas sí declara tener políticas propias de compromiso con la materia, es decir, políticas que intentan evitar que las actividades de la empresa tengan impactos negativos sobre los derechos humanos y a la vez desarrollan procesos para resolver posibles inconvenientes.**

Esta proporción, 6 de cada 10, se mantiene en todos los grupos de empresas, independientemente de su tamaño y del sector al que pertenecen.

6 de cada 10 empresas tienen políticas propias de compromiso en materia de derechos humanos.



Sin embargo, las políticas propias de las empresas en materia de derechos humanos, en su mayoría, **no se encuentran públicamente disponibles**, lo que dificulta su exigibilidad, aplicación, monitoreo, evaluación y difusión tanto al interior de la empresa como hacia sus proveedores.

No es suficiente que las empresas declaren la existencia de políticas en materia de derechos humanos; **es necesario desarrollar un documento que detalle su compromiso de protegerlos.**

Los derechos del niño en las políticas y códigos de conducta (2013)¹⁸, reafirma la necesidad de contar con políticas públicas en relación a los derechos de los niños y niñas: “Aunque las empresas no están obligadas a desarrollar necesariamente una política independiente sobre derechos del niño, es importante que todas las empresas incluyan una declaración en sus políticas y códigos de conducta existentes por la que se comprometan a cumplir con sus responsabilidades en materia de derechos humanos (de todos los derechos humanos, incluyendo los derechos del niño). Además, cuando sea relevante, deberían incluir

Un 20% de las empresas tiene públicamente disponibles sus políticas de derechos humanos.

¹⁸ UNICEF, 2013. *Los derechos del niño en las políticas y códigos de conducta*, pág. 4. https://www.unicef.org/csr/css/Childrens_Rights_in_Policies_and_Codes_of_Conduct_Spanish_Version.pdf

¹⁷ Business Social Compliance Initiative consiste en un sistema voluntario mediante el cual las empresas miembros trabajan con sus proveedores para cumplir con el código de conducta de BSCI, que hace referencia a convenios internacionales, tales como la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), los Derechos del Niño y Principios Empresariales (2013), los Principios Rectores de Naciones Unidas para las Empresas y los Derechos Humanos (2011), etc. todos ellos relevantes para la mejora de las condiciones de trabajo. <https://www.amfori.org/sites/default/files/Amfori%20BSCI-CoC%20Poster-ENG.pdf>.

disposiciones en sus políticas y códigos de conducta que aborden impactos específicos sobre los derechos del niño” (UNICEF, 2013).

“Integrar los derechos del niño en las políticas y códigos de conducta es vital para, entre otros, aplicar estándares de protección de los derechos del niño reconocidos internacionalmente, y garantizar que se considere a los niños, niñas y adolescentes como un grupo de interés pleno que sea tenido en cuenta en todas las áreas y operaciones de la empresa” (UNICEF, 2013).

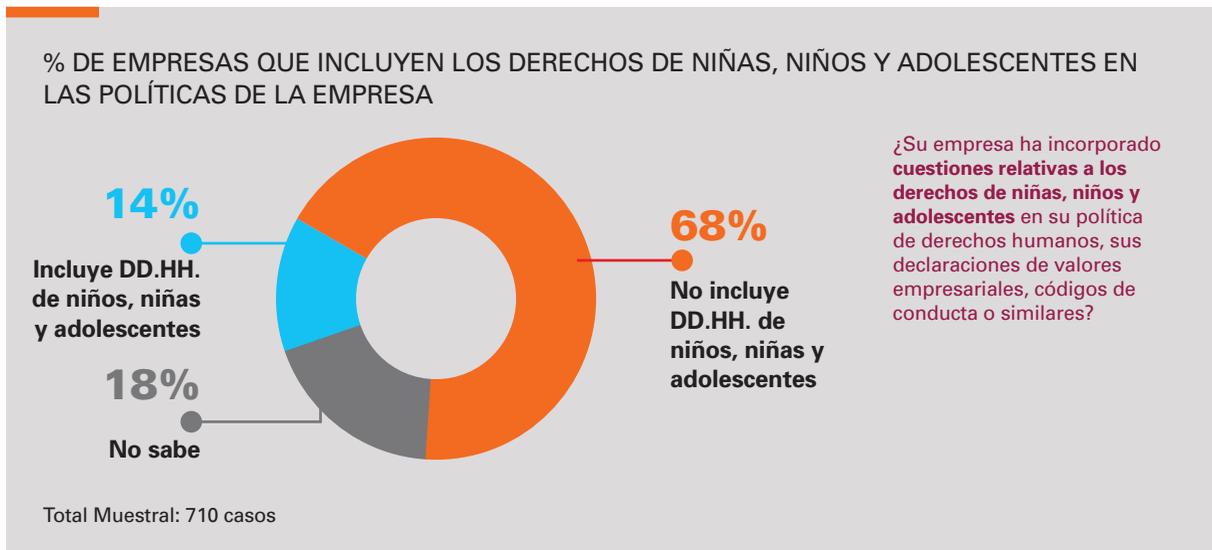
Asimismo, la política debe comunicarse de manera interna y externa, y el documento debe estar disponible al público (UNICEF, 2013) para que pueda ser consultado por diferentes grupos de interés (empleados, inversores, proveedores, entre otros) y las empresas puedan ser sujetas a la rendición de cuentas (*accountability*).



Entre las empresas grandes, aumenta la proporción de las que tienen sus políticas de derechos humanos públicamente disponibles (40%), mientras que en las medianas y las chicas el porcentaje es mucho menor (20% y 16% respectivamente).

Dado que los niños, niñas y adolescentes requieren de protección y cuidados especiales, diferentes a los de los adultos, se ha establecido una convención específica para ellos, la Convención sobre los Derechos del Niño. Por ello, dentro de un marco de debida diligencia, diversos instrumentos identifican acciones que todas las empresas pueden implementar en pos de los derechos del niño, tanto para prevenir, respetar y remediar cualquier impacto negativo como para promover y fortalecer estos derechos.

Un 14% de las empresas ha incorporado en forma explícita cuestiones relativas a los derechos de niñas, niños y adolescentes en su política de Derechos Humanos, sus declaraciones de valores empresariales, códigos de conducta o similares.



A pesar de esto, **una porción pequeña de las empresas encuestadas (14%) ha incluido elementos específicos sobre los derechos del niño en sus políticas de derechos humanos.**

Por otra parte, 1 de cada 10 empresas (11%) declara contar con algún tipo de monitoreo de las medidas de prevención de impactos en derechos humanos específicos de su industria.

Este porcentaje se mantiene bajo (14%) inclusive entre aquellas empresas que declararon tener políticas propias en materia de derechos humanos.

En las empresas que tienen políticas sobre derechos humanos, los canales de comunicación o denuncia son herramientas necesarias para asegurar el cumplimiento de estas políticas.

Hay muchas esferas en donde la actividad productiva puede impactar y vulnerar los derechos humanos. En este sentido, las operaciones de una empresa deben ser revisadas y controladas de manera sistemática a través de procesos de debida diligencia (UNICEF, 2012)¹⁹. Asimismo, “[l]a responsabilidad empresarial de respetar se aplica a las actividades propias de la empresa y a sus relaciones comerciales” (UNICEF, 2012) presentándose diversos desafíos en las cadenas de valor de las empresas.

Todas las empresas deberían definir canales de denuncia y establecer claros procedimientos ante potenciales reclamos (UNICEF, 2013)²⁰. La creación de un canal de denuncia debería ir acompañada, a su vez, de una comunicación a todas las partes interesadas.

Los canales de denuncia para los casos de trabajo infantil ya sea en las operaciones propias de las empresas como en las operaciones de los proveedores, distribuidores y comercializadores están presentes solamente en 18% y 9% de ellas respectivamente.

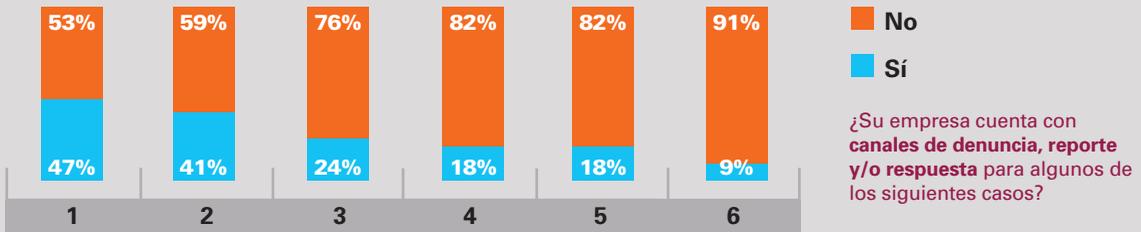
Por otro lado, el estudio muestra que casi la mitad de las empresas declara tener en marcha canales que permiten la denuncia de casos de violencia, explotación o abuso en las operaciones de la empresa. En los casos de vulneración de derechos laborales de jóvenes trabajadores en operaciones propias, 4 de cada 10 empresas cuentan con canales de denuncia.

La mitad de las empresas (49%) no cuenta con ningún canal de denuncia para casos de violencia, vulneración de derechos laborales o trabajo infantil, ya sea en sus operaciones o la de proveedores, distribuidores u otros.

¹⁹ *Derechos del Niño y Principios Empresariales*. https://www.unicef.org/csr/css/Principles_Spanish_FINAL_LR.pdf.

²⁰ *Los derechos del niño en evaluaciones de impacto. Una guía para integrar los derechos del niño en las evaluaciones de impacto y actuar a favor de la infancia*. https://www.unicef.org/csr/css/Childrens_Rights_in_Impact_Assessments_Spanish_Version.pdf.

% DE EMPRESAS QUE CUENTA CON CANALES DE DENUNCIA PARA LAS SITUACIONES TIPIFICADAS



¿Su empresa cuenta con canales de denuncia, reporte y/o respuesta para algunos de los siguientes casos?

- 1 — Violencia, explotación o abuso en las operaciones de la empresa
- 2 — Vulneración de derechos laborales de jóvenes trabajadores en las operaciones
- 3 — Vulneración de derechos laborales de jóvenes trabajadores en operaciones de proveedores
- 4 — Riesgos hacia niñas, niños y adolescentes derivados del uso de productos o servicios de la empresa
- 5 — Trabajo infantil en las operaciones de la empresa
- 6 — Trabajo infantil en las operaciones de proveedores, distribuidores o comercializadores

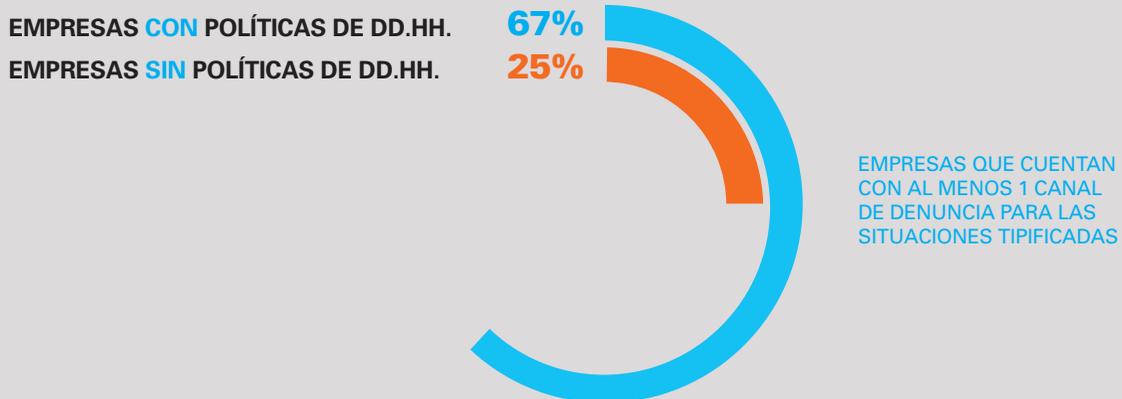
Total Muestral: 710 casos

La presencia de canales de denuncia para al menos uno de los casos tipificados se da en el 51% de los casos, y aumenta entre las empresas de tecnología y comunicación (TIC) (66%) y en las empresas de capital extranjero (65%).

La presencia de canales de denuncia para las diferentes situaciones mencionadas se vincula con el grado de compromiso de las empresas con los derechos humanos.

Tal es así que las empresas que tienen políticas de compromiso en materia de derechos humanos son también las que en mayor medida cuentan con canales de denuncia para vulneraciones de derechos o situaciones que requieran intervención (67% vs 25%).

% DE EMPRESAS QUE CUENTA CON CANALES DE DENUNCIA PARA LAS SITUACIONES TIPIFICADAS



EMPRESAS QUE CUENTAN CON AL MENOS 1 CANAL DE DENUNCIA PARA LAS SITUACIONES TIPIFICADAS

Tiene política de DD.HH.: 429 casos, No tiene política de DD.HH.: 281 casos

El derecho al cuidado en las políticas de las empresas

2.1

Equidad de género en el trabajo

La Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés) incluye obligaciones muy específicas para los Estados Parte, que implican adoptar *“todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer en la esfera del empleo a fin de asegurar, en condiciones de igualdad entre hombres y mujeres, los mismos derechos”* (CEDAW, 1979)²¹, incluyendo el derecho de las mujeres a las mismas oportunidades y condiciones de trabajo y la no discriminación por razones de maternidad o matrimonio.

El Objetivo de Desarrollo Sostenible número 8 (Naciones Unidas, 2015)²² propone *“lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor”* mientras que el número 5 refiere a *“lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas”*.

A pesar de que ha habido grandes cambios en las últimas décadas, las perspectivas de la mujer en el mundo del trabajo están muy lejos de ser iguales a las de los hombres (UNICEF, 2017)²³. Para el IV trimestre de 2018, la tasa de actividad femenina está todavía por debajo del 50% (es de 48,6% frente al 69,5% de varones). Las tasas de empleo son 43,6% para mujeres y 63,8% para varones y las de desempleo 10,2% y 8,2% respectivamente²⁴.

Si bien es cierto que aumentó la participación femenina en el mercado laboral, este crecimiento en muchos casos se generó en contextos de informalidad, inestabilidad y con salarios más bajos que los hombres (UNICEF, 2017)²⁵. Asimismo, se dio en un contexto donde la mayor parte de las cargas de cuidado siguen recayendo en las mujeres. De acuerdo con los datos de la Encuesta Sobre Trabajo No Remunerado y Uso de Tiempo, las mujeres destinan a las tareas de cuidado el doble de tiempo que los varones e incluso las mujeres ocupadas destinan más tiempo al cuidado y tareas domésticas que los varones desocupados²⁶.

La informalidad laboral impacta negativamente en el ejercicio de muchos de los derechos presentes en la actividad laboral formal. En este sentido, suele implicar escaso o nulo acceso a la seguridad social en general, una menor capacidad de los trabajadores para organizarse y conseguir que se hagan efectivas las normas locales e internacionales del trabajo y los derechos humanos, un mayor riesgo de violencia de género y condiciones de trabajo peligrosas en materia de salud y seguridad.

En este contexto, el acceso a licencias por maternidad y paternidad, a espacios de cuidado infantil y a recursos que permitan a mujeres y hombres el desarrollo de actividades de crianza son algunas de las dimensiones que muchas veces se ven impactadas a partir de la flexibilización de las condiciones laborales.

²¹ <https://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CEDAW.aspx>.

²² <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>,

²³ *El derecho al cuidado en las políticas de las empresas*.

<https://www.unicef.org/argentina/media/2246/file/EI%20derecho%20al%20cuidado%20en%20las%20pol%20C3%ADticas%20de%20empresas.pdf>

²⁴ https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/mercado_trabajo_eph_4trim18.pdf.

²⁵ https://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=4&id_tema_2=31&id_tema_3=117

²⁶ https://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=4&id_tema_2=31&id_tema_3=117

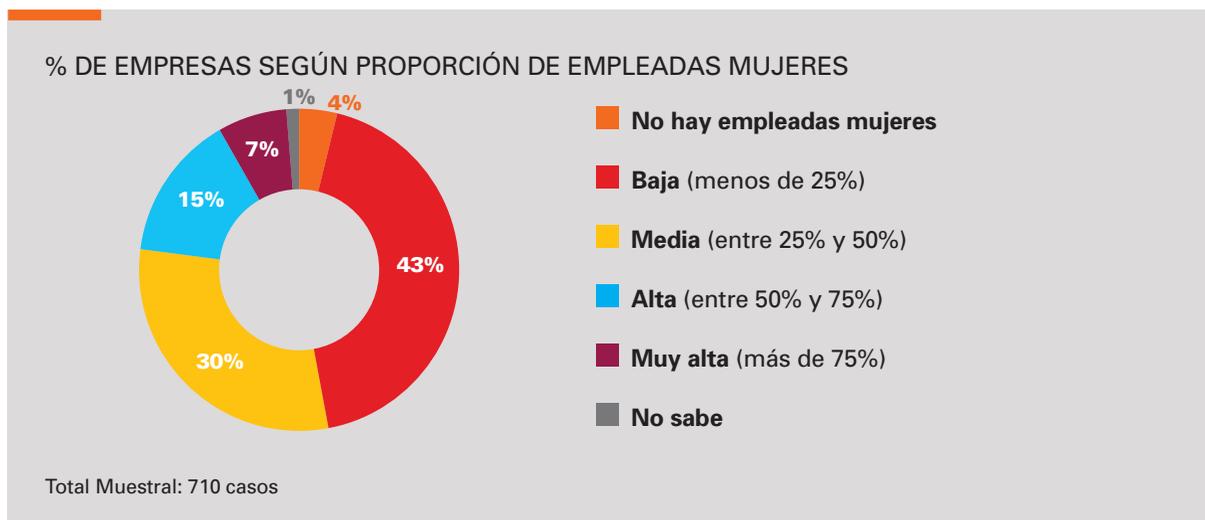
En el presente estudio se abordaron algunos aspectos vinculados a la inequidad laboral entre mujeres y hombres, y los resultados confirman la existencia de una importante disparidad de género. La cantidad de mujeres dentro del total de empleados es todavía muy baja en comparación con la de hombres.

Estas condiciones y la discriminación asociada afectan inevitablemente los derechos del niño si se considera que las mujeres representan casi un 37% de los jefes y jefas de hogar (Censo 2012). Más aún, el 70% de esas mujeres está al frente de un hogar monoparental. Son precisamente esos hogares (monoparentales con hijos) donde la incidencia de la pobreza (y en especial la indigencia) son mayores²⁷.

Mejorar las condiciones de trabajo y salariales de las mujeres implica proteger a niñas y niños que dependen de ellas: *“eliminar la diferencia entre los salarios, incorporar a la mujer a los puestos mejor remunerados y permitir que las trabajadoras tengan mayor poder de decisión beneficiará enormemente a la infancia. Cuando las mujeres son más productivas económicamente, aumentan también sus esferas de influencia. Tienen más posibilidades de tomar decisiones, no solamente para ellas mismas, sino también para sus hijos e hijas”* (UNICEF, 2007)²⁸.

Vale destacar que en el sector de empresas TIC no se observan compañías sin empleadas mujeres y es de los sectores con menor porcentaje de empresas con baja presencia de mujeres. En el 68% de ellas la presencia de mujeres va de media a alta.

Casi la mitad de las empresas (47%) tiene una baja proporción de mujeres (menos de un 25%) entre sus empleados, lo que muestra aún la presencia de un importante desbalance de género.



Las empresas donde no hay presencia de mujeres corresponden en un 93% a empresas pequeñas, de capital nacional.

Esta desigualdad laboral se refleja también en el tipo de trabajo, los puestos ocupados por mujeres y los niveles de ingreso diferenciales que tienen versus los de los varones (UNICEF, 2017)²⁹.

²⁷ Datos sobre hogares monoparentales: https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org/argentina/files/2018-12/PobrezaYPrivaciones_WEB.pdf. Datos sobre pobreza según tipo de hogar: <https://www.unicef.org/argentina/informes/pobreza-moneteraria-y-privaciones-no-moneterarias-en-argentina>.

²⁸ *La mujer y la infancia. El doble dividendo de la igualdad de género.* https://www.unicef.org/spanish/sowc07/docs/sowc07_sp.pdf.

²⁹ *El derecho al cuidado en las políticas de las empresas.* <https://www.unicef.org/argentina/media/2246/file/EI%20derecho%20al%20cuidado%20en%20las%20pol%C3%ADticas%20de%20empresas.pdf>

Según el *Boletín de Estadísticas de Género del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación*, que se basa en datos de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) referidos al Primer trimestre de 2018, la diferencia salarial promedio entre los géneros es de 28% en la Argentina (Ministerio de Desarrollo Social, 2018)³⁰.

Por otro lado, según datos del INDEC (2017), las mujeres se sitúan mayormente dentro del grupo de menores ingresos. En el decil 1, el de menores ingresos, hay 1.103.056 mujeres mientras que los varones son 525.382. Por el contrario, en el decil 10, donde se agrupa la población de mayores ingresos, la proporción es inversa. Allí, los varones son 1.029.050 mientras que las mujeres son 596.869.

La desigualdad ocupacional es evidente también cuando se analiza la presencia de mujeres en puestos jerárquicos. Los datos muestran que gran parte de los puestos de mayor responsabilidad dentro de las empresas están ocupados por hombres, lo que implica un mayor rango de ingresos.

En el 31% de las empresas en la Argentina no hay mujeres en puestos jerárquicos. La situación se profundiza entre las empresas de alimentos y bebidas (44%), otras manufacturas (40%) y en el sector comercio (41%).

En 3 de cada 10 empresas no hay mujeres ocupando puestos jerárquicos.

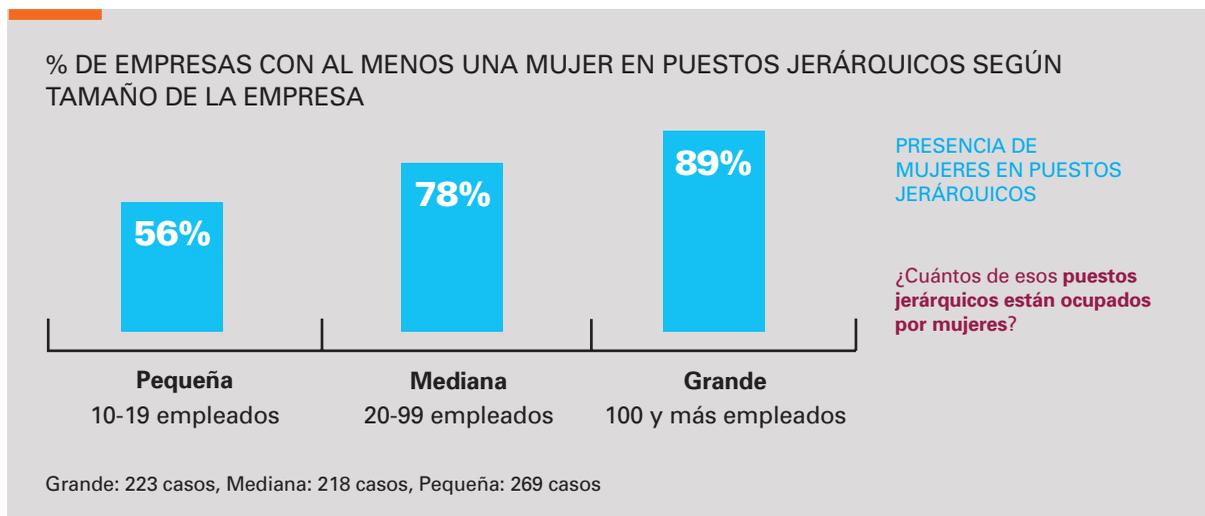
En el otro extremo, se encuentran las empresas de turismo y transporte, junto con las otras de servicios. En turismo y transporte casi la mitad (46%) de las empresas tiene una presencia alta o muy alta de mujeres en puestos jerárquicos y en otras de servicios la presencia alta o muy alta alcanza a 4 de cada 10.



El estudio indica que existe una relación entre el tamaño de la empresa y la presencia de mujeres en puestos jerárquicos. Las empresas más grandes (más de 100 empleados) son las que tienen mayor porcentaje de mujeres que ocupan puestos de alto rango.

En las empresas pequeñas, un 56% tiene al menos una mujer en algún puesto de responsabilidad; entre las empresas medianas esa proporción es del 78% y en las empresas grandes, casi 9 de cada 10 tienen al menos una mujer en un puesto jerárquico.

³⁰ <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/3boletinestadisticasdegenero.pdf>.



La presencia o ausencia de mujeres en puestos de responsabilidad también difiere en términos del origen del capital de las organizaciones. El 32% de las empresas de capital nacional no cuenta con mujeres en estos puestos, mientras que este porcentaje baja al 14% en las compañías de capital extranjero.

Es interesante la relación que existe entre la adhesión de las empresas a iniciativas de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos (Pacto Global, Principios Empresariales y Derechos del Niño, Principios de Empoderamiento de las Mujeres, u otras) y la presencia de mujeres en puestos jerárquicos.

Entre las empresas que adhieren al menos a una de las iniciativas de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos, un 41% tiene una alta/muy alta presencia de mujeres en puestos jerárquicos, mientras que entre las que no adhieren a ninguna iniciativa este porcentaje baja a 21%.

Asimismo, la ausencia total de mujeres en puestos de responsabilidad es de 34% entre las empresas que no adhieren a iniciativas de este tipo y es del 10% entre las que sí adhieren.



2.2

Embarazo, maternidad, paternidad y lactancia

“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 solo al respeto y promoción de los derechos del niño sino también al cuidado de la salud de sus empleadas” (UNICEF 2017). *“Los controles obstétricos durante el embarazo son una forma de cuidar la salud de la mujer y de brindar cuidado y afecto al bebé desde antes de nacer”* (UNICEF junto con el Programa “Al fin en casa” del Ministerio de Salud de la Provincia de Buenos Aires, 2016)³¹.

Los cuidados prenatales tienen como objetivos principales, entre otras cosas, proveer contenidos educativos para la salud, la familia y la crianza, prevenir y tratar complicaciones en el embarazo, controlar el crecimiento del bebé, detectar enfermedades, resolver molestias asociadas al embarazo y acompañar a la mujer y la familia en la preparación para el nacimiento.

Una nueva serie de recomendaciones fue publicada en 2016 por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2016)³² con el fin de reducir la mortalidad prenatal además de garantizar que el embarazo sea una experiencia positiva. Con el nuevo modelo de cuidados prenatales, se incrementan las evaluaciones maternas para detectar posibles problemas.

“Un número mayor de contactos de mejor calidad entre las mujeres y los profesionales sanitarios a lo largo del embarazo facilitará la adopción de medidas preventivas y la detección oportuna de riesgos, reducirá las complicaciones y abordará las desigualdades en materia de salud”, señaló el Dr. Anthony Costello, director del Departamento de Salud de la Madre, el Recién Nacido, el Niño y el Adolescente de la OMS³³.

A pesar de la creciente importancia dada a los controles médicos durante el embarazo, 41% de las empresas no ofrece flexibilidad horaria tanto para madres como para padres para asistir a controles médicos durante este período, mientras que 59% sí lo hace.

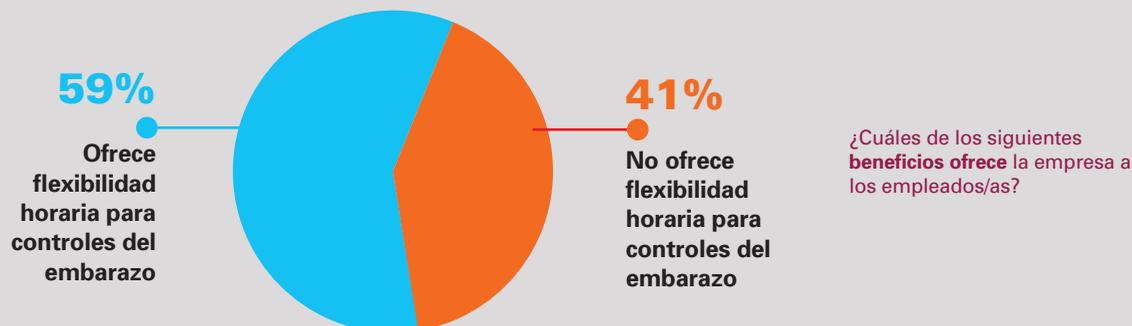
La flexibilidad para asistir a controles médicos aumenta entre empresas que cuentan con certificaciones o estándares internacionales alcanzando un 79% (vs 55% de las que no tienen certificación), entre las que adhieren a iniciativas de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos (76% vs 55% de las que no adhieren), y además crece junto con el tamaño de la organización: en empresas pequeñas (hasta 19 empleados) un 48% ofrece flexibilidad horaria asociada a controles médicos mientras que en las compañías más grandes llega a 7 de cada 10 (71%) de las empresas.

³¹ *Bienvenido bebé. Guía para familias que se agrandan.* <https://www.unicef.org/argentina/media/486/file/Bienvenido%20beb%C3%A9.pdf>

³² <https://www.who.int/es/news-room/detail/07-11-2016-pregnant-women-must-be-able-to-access-the-right-care-at-the-right-time-says-who>.

³³ <https://www.who.int/es/news-room/detail/07-11-2016-pregnant-women-must-be-able-to-access-the-right-care-at-the-right-time-says-who>.

% DE EMPRESAS QUE OFRECEN FLEXIBILIDAD HORARIA PARA MADRES Y PADRES QUE DEBEN ASISTIR A CONTROLES MÉDICOS DURANTE EL EMBARAZO



Total Muestral: 710 casos

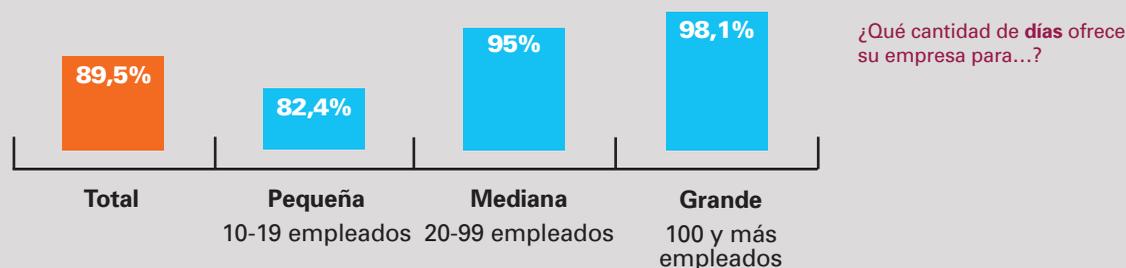
En la Argentina, la Ley de Contrato de Trabajo establece 90 días de licencia por maternidad con goce de sueldo y 2 días corridos de licencia por paternidad.

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).

Las empresas pequeñas tienen un promedio inferior (82,4) al establecido en la Ley de Contrato de Trabajo. La cantidad promedio de días aumenta junto con el tamaño de la empresa. En empresas grandes alcanzan el estándar mínimo definido por la Organización Internacional del Trabajo (Convenio 183) de 98 días.

Una de cada 10 empresas ofrece a sus empleadas licencias inferiores a 90 días.

% DE EMPRESAS SEGÚN PROMEDIO DE DÍAS DE LICENCIA POR MATERNIDAD CON GOCE DE SUELDO

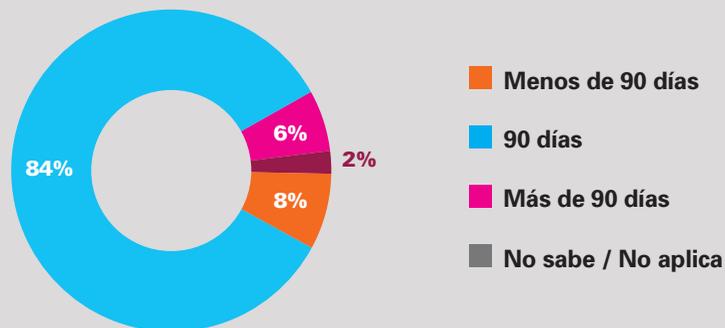


Grande: 223 casos, Mediana: 218 casos y Pequeña: 269 casos

Una de cada 10 empresas (8%) ofrece licencias inferiores a los 90 días y solamente un 6% ofrece a sus empleadas licencias con goce de sueldo por encima de los 90 días.

Entre estas últimas, 8 de cada 10 tienen la cantidad de días definida por convenio mientras que 2 de cada 10 lo definen por política de la empresa. En este sentido, es interesante remarcar el rol de los sindicatos, así como la situación particular de determinados sectores de la economía.

% DE EMPRESAS SEGÚN CANTIDAD DE DÍAS DE LICENCIA POR MATERNIDAD CON GOCE DE SUELDO



¿Qué cantidad de días ofrece su empresa para...?

Total Muestral: 710 casos

En el caso de la licencia por paternidad con goce de sueldo, en la Argentina, la Ley de Contrato de Trabajo define 2 días corridos de licencia para los padres.

En este contexto, y en línea con un creciente reconocimiento acerca de la importancia de la coparentalidad en el cuidado, casi la mitad de las empresas ofrece licencias a sus empleados que superan lo establecido por la ley.

A pesar de ello, la Argentina está muy lejos de países como Uruguay³⁴ con 10 días, Paraguay³⁵ con 14, Colombia³⁶ con 8 o de México³⁷ donde pueden tomarse hasta 5 días.

Estas licencias fomentan la coparentalidad y una participación más activa de los padres en el cuidado de los niños y niñas, y una distribución más equitativa de las tareas dentro de los hogares (UNICEF, 2017)³⁸.

Las empresas TIC son las que ofrecen un promedio menor de días de licencia (4,3 días) y las catalogadas como “otros servicios” (construcción, agua, gas y energía, salud, enseñanza, finanzas, entre otros) ofrecen el mayor promedio (8 días).

Un 5% de las empresas ofrece licencias inferiores a los 2 días, un 47% alcanza los 2 días y un 48% ofrece a sus empleados licencias por paternidad con goce de sueldo por encima de los 2 días.

La media de días de licencia por paternidad con goce de sueldo es de 6,1, tres veces lo establecido por la legislación.

³⁴ Uruguay cuenta con una ley de ampliación gradual de la licencia por paternidad que, a partir del 1 de enero de 2016, se extendió a 13 días cubiertos por la seguridad social más 3 días cubiertos por la empresa. En el caso de los trabajadores independientes solo cuentan con 10 días. <https://www.bps.gub.uy/8958/> <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201822%20DEL%204%20DE%20ENERO%20DE%202017.pdf>.

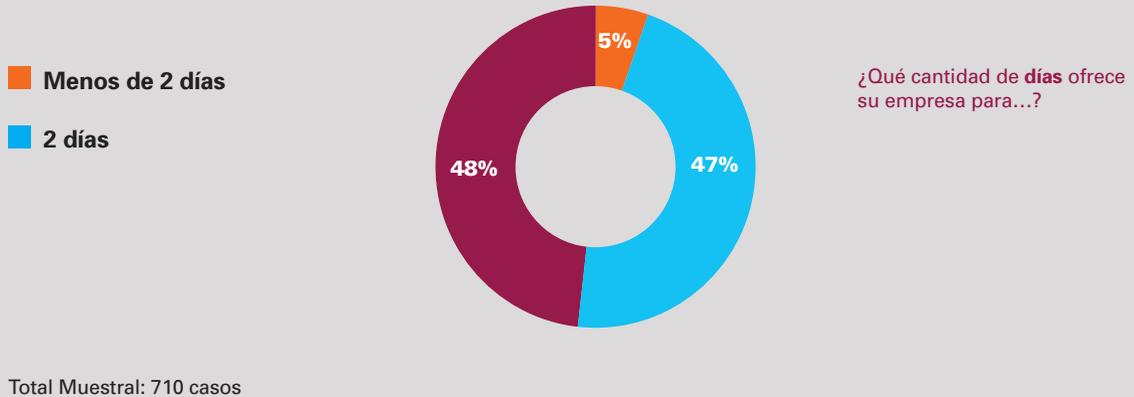
³⁵ <http://www.hacienda.gov.py/normativa/Ley%205508-2015%20De%20proteccion%20de%20la%20maternidad%20y%20apoyo%20a%20la%20lactancia%20materna.pdf>

³⁶ Esta licencia también aplica a trabajadores independientes y a casos de adopción. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201822%20DEL%204%20DE%20ENERO%20DE%202017.pdf>

³⁷ <https://www.gob.mx/stps/prensa/tienen-padres-trabajadores-derecho-a-cinco-dias-de-licencia-por-paternidad?idiom=es>

³⁸ *El derecho al cuidado en las políticas de las empresas.* <https://www.unicef.org/argentina/media/2246/file/EI%20derecho%20al%20cuidado%20en%20las%20pol%C3%ADticas%20de%20empresas.pdf>.

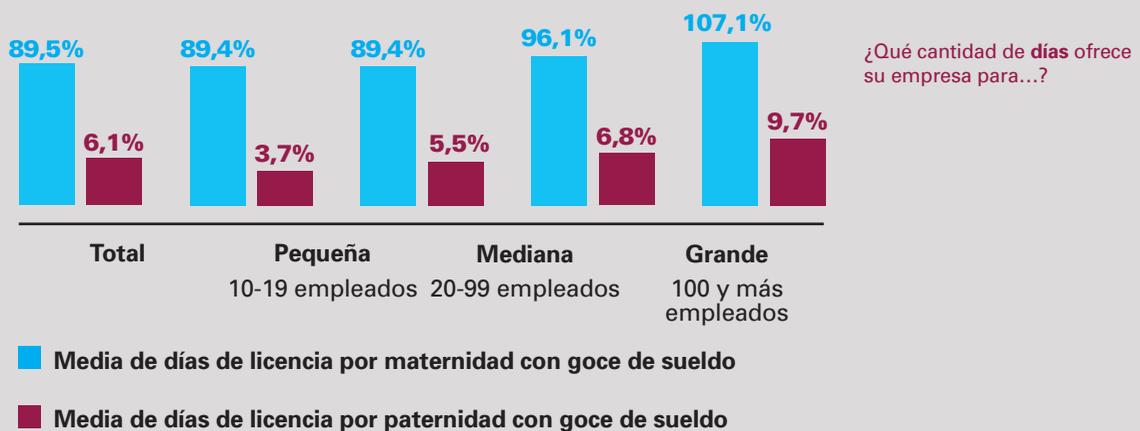
% DE EMPRESAS SEGÚN CANTIDAD DE DÍAS DE LICENCIA POR PATERNIDAD CON GOCE DE SUELDO



Entre las empresas que superan los 2 días de licencia por paternidad, 7 de cada 10 tienen definida la cantidad de días en función del convenio de trabajo mientras que casi 3 de cada 10 (26%) lo define por política de la empresa.

Tanto en lo que refiere a la licencia por maternidad como a la licencia por paternidad, los promedios en ambos casos crecen junto con la presencia de mujeres dentro del conjunto de trabajadores y además junto con la proporción de mujeres ocupando puestos jerárquicos en la empresa.

PROMEDIO DE DÍAS DE LICENCIA SEGÚN % DE MUJERES EN PUESTOS JERÁRQUICOS



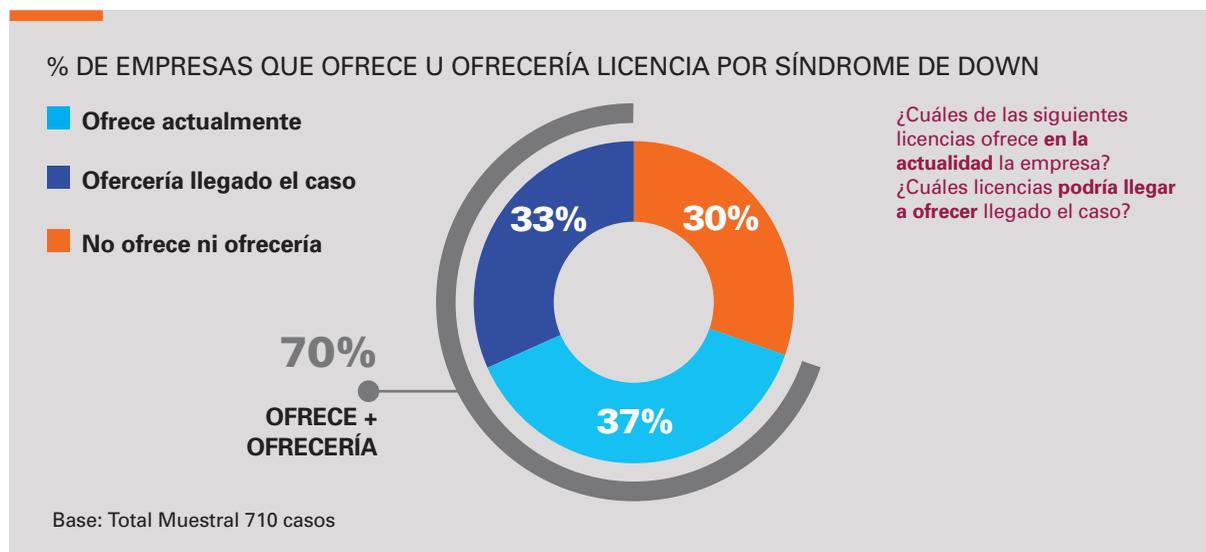
Total Muestral: 710 casos

En la Argentina, los regímenes de licencias dan significativamente más días a las madres que a los padres. Esta distribución tiende a asignar roles diferenciados por género para el cuidado y las tareas domésticas, lo que afecta la participación laboral de las mujeres.

Algunas jurisdicciones han avanzado más allá de la legislación nacional. Entre ellas, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en octubre del 2018 aprobó en la Legislatura un nuevo esquema de licencias para empleadas y empleados de la Ciudad, que promueve la coparentalidad y favorece una mayor participación de los varones en las tareas de cuidado. Lo aprobado por la Legislatura define que la licencia por paternidad se extenderá hasta 45 días de corridos y remunerados a los que se podrá acceder durante el primer año del hijo. Si la madre también es empleada pública de alguna dependencia de la Ciudad, podría transferirle su último mes de licencia a su pareja. Así, el padre podría tomarse hasta 75 días corridos.

LICENCIAS POR NACIMIENTO DE UN HIJO O HIJA CON SÍNDROME DE DOWN

La licencia por maternidad extendida en caso de nacimiento de una hija o un hijo con síndrome de Down está estipulada en la normativa vigente³⁹. Sin embargo, 30% de las empresas no ofrece ni estaría dispuesto a ofrecerlo de presentarse el caso. Del 70% restante, un 37% de las empresas la ofrece actualmente, mientras que 33% de ellas declara que estaría dispuesto a ofrecerlo de presentarse el caso.



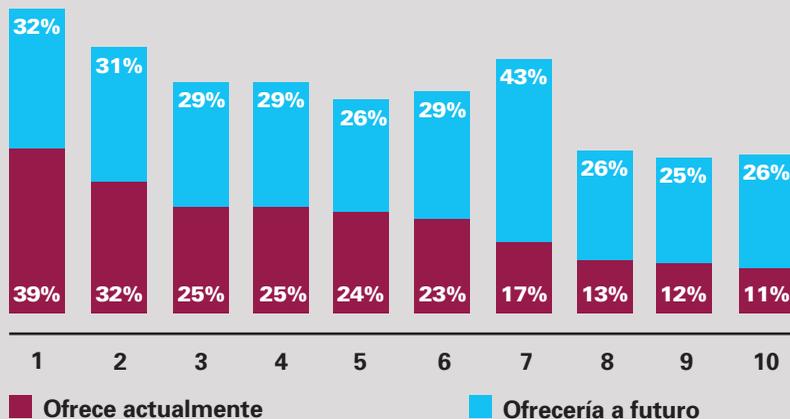
De esta forma, 3 de cada 10 empresas no ofrecen ni estarían dispuestas a ofrecer la licencia extendida que establece la legislación (Ley 24.716 artículo 1 que modifica el Régimen de Contrato de Trabajo).

En el caso de los varones, la paternidad extendida en caso de síndrome de Down se ofrece u ofrecería en algo más de la mitad de las empresas.

Por otro lado, se consultó a las empresas sobre otros tipos de licencias (referidas a casos de adopciones, fertilización asistida, violencia de género, entre otros) que ofrecen u ofrecerían a sus empleadas y empleados.

³⁹ Ley 24.716 Modifica Régimen de Contrato de Trabajo - Licencias de madres con hijos con síndrome de Down <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/35000-39999/39995/norma.htm>.

% DE EMPRESAS QUE OFRECE U OFRECERÍA CADA UNA DE LAS LICENCIAS ANALIZADAS A SUS EMPLEADAS Y EMPLEADOS



¿Cuáles de las siguientes licencias ofrece **en la actualidad** la empresa a sus empleadas y empleados? Independientemente de las licencias que ya ofrece la empresa, ¿cuáles de las siguientes licencias **podría llegar a ofrecer** llegado el caso?

Total Muestral: 710 casos

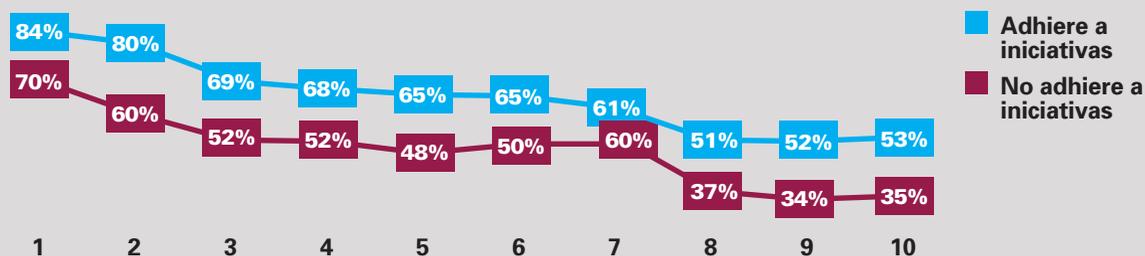
- 1 — Licencia por maternidad extendida, en casos que requieran especial atención*
- 2 — Licencia por maternidad en caso de adopción
- 3 — Licencia por paternidad extendida, en casos que requieran especial atención*
- 4 — Licencia por tratamientos de fertilización asistida
- 5 — Licencia por paternidad en caso de adopción
- 6 — Licencia por paternidad extendida en caso de que el hijo nazca con síndrome de Down
- 7 — Licencia por violencia de género
- 8 — Licencia por maternidad a cuidador primario y secundario en parejas del mismo sexo**
- 9 — Licencia por paternidad a cuidador primario y secundario en parejas del mismo sexo en casos de adopción
- 10 — Licencia por maternidad a cuidador primario y secundario en parejas del mismo sexo en casos de adopción

* discapacidad, prematuro, afección a la salud, parto múltiple, entre otros
 ** independientemente de quién haya sido la gestante

Las empresas que adhieren a iniciativas de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos demuestran tener mejores políticas y prácticas internamente. Esto se evidencia si analizamos las licencias (que ofrecen actualmente u ofrecerían llegado el caso) y los beneficios para madres y padres en relación con el cuidado y crianza de sus hijos.

Las empresas que adhieren a iniciativas de responsabilidad social corporativa y respeto por los DD.HH. ofrecen u ofrecerían en mayor medida cada una de las licencias tipificadas.

% DE EMPRESAS QUE OFRECE U OFRECERÍA CADA UNA DE LAS LICENCIAS ANALIZADAS A SUS EMPLEADAS Y EMPLEADOS SEGÚN ADHERSIÓN A INICIATIVAS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y RESPETO POR LOS DERECHOS HUMANOS



Total Muestral: 710 casos. Adhiere a iniciativas de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos: 116 casos, No adhiere a iniciativas: 594 casos

- 1 — Licencia por maternidad extendida, en casos que requieran especial atención*
- 2 — Licencia por maternidad en caso de adopción
- 3 — Licencia por paternidad extendida, en casos que requieran especial atención*
- 4 — Licencia por tratamientos de fertilización asistida
- 5 — Licencia por paternidad en caso de adopción
- 6 — Licencia por paternidad extendida en caso de que el hijo nazca con síndrome de Down
- 7 — Licencia por violencia de género
- 8 — Licencia por maternidad a cuidador primario y secundario en parejas del mismo sexo**
- 9 — Licencia por paternidad a cuidador primario y secundario en parejas del mismo sexo en casos de adopción
- 10 — Licencia por maternidad a cuidador primario y secundario en parejas del mismo sexo en casos de adopción

* discapacidad, prematuro, afección a la salud, parto múltiple, entre otros
 ** independientemente de quién haya sido la gestante

LICENCIA POR VIOLENCIA DE GÉNERO

Casi 2 de cada 10 empresas ofrecen en la actualidad licencia por violencia de género. Sin embargo, 4 de cada 10 estarían dispuestas a ofrecerla en el caso de presentarse la situación.

En 2017, el Registro Único de Casos de Violencia contra las Mujeres del INDEC contabilizó 86.700 casos en todo el país.

La provincia de Buenos Aires ya cuenta con una licencia por violencia de género para las mujeres que trabajan en el Estado bonaerense. La Ley 14.893 del año 2016 establece una Licencia para Mujeres Víctimas de Violencia, aunque requiere que vaya acompañada de la constancia de la denuncia ⁴⁰.

Si bien esta ley todavía no alcanza a todo el país, hay empresas que están ofreciendo esta licencia a sus empleadas y cuentan con procedimientos específicos para asesorarlas y acompañarlas, que incluyen la posibilidad de tomar licencia por períodos que rondan de 4 a 10 días, un bono en dinero en casos en que haya dependencia económica, modificación de los horarios de entrada y salida, entre otros.

Las empresas de turismo y transporte, el rubro donde hay mayor proporción de mujeres en puestos jerárquicos, es el sector donde menos se ofrece u ofrecería esta licencia (la mitad de las empresas lo menciona).

4 de cada 10 empresas no ofrecen ni ofrecerían licencia por violencia de género a sus empleadas.

LICENCIA POR FERTILIZACIÓN ASISTIDA

Si bien a nivel nacional no hay una ley que promueva la licencia en estos casos, en el ámbito de CABA, la Ley CABA N° 5623 del año 2016 incorpora una licencia por fertilización asistida a la Ley 471 (Empleo Público) por la cual *“Los/as trabajadores/as que requieran utilización de técnicas o procedimientos de reproducción humana médicamente asistida podrán gozar por año calendario de hasta treinta (30) días de licencia con goce de haberes, por los días continuos o discontinuos que certifique el médico actuante⁴¹”*.

Un 25% de las empresas ofrece actualmente este beneficio a sus empleadas y un 29% se declara dispuesto a otorgarlo en el caso de presentarse la situación.

La inclusión de esta licencia crece junto con la proporción de empleadas mujeres dentro de la empresa, y alcanza un 43% en las empresas con alta presencia de mujeres (más de 75%) entre sus colaboradores.

LICENCIA POR MATERNIDAD O PATERNIDAD EN PAREJAS DEL MISMO SEXO EN CASO DE ADOPCIÓN O GESTACIÓN

Una de cada 10 empresas declara ofrecer licencia por maternidad o paternidad que responda a cuidador primario y secundario en parejas del mismo sexo en casos de adopción.

Un 13% ofrece a sus empleadas licencia por maternidad en parejas del mismo sexo, independientemente de quién haya sido la gestante, y un cuarto de las empresas (26%) se declara dispuesta a otorgarla llegado el caso.

Una proporción similar ofrecería licencia por maternidad (26%) o paternidad (25%) que responda a cuidador primario y secundario en parejas del mismo sexo en casos de adopción.

Un 17% de las empresas no ofrece en la actualidad ni ofrecería, llegado el caso, ninguna de las licencias analizadas, lo que genera una desigualdad en el goce del derecho al cuidado por parte de los niños y niñas.

Este 17% a nivel general crece al 25% entre las empresas de transporte y turismo y baja al 8% entre las empresas del rubro de tecnología y comunicaciones. De todas maneras, vale destacar las características específicas de cada sector que afectan las posibilidades de ofrecer determinados beneficios.

8 de cada 10 empresas ofrecen o estarían dispuestas a ofrecer al menos una de las licencias mencionadas anteriormente mientras que un 17% no lo hace ni lo haría en caso de presentarse la situación.

BENEFICIOS QUE IMPACTAN EN EL CUIDADO Y LA CRIANZA DE NIÑAS Y NIÑOS

Existe toda una serie de las acciones y beneficios que las empresas pueden poner en práctica destinadas a conciliar la vida laboral y familiar de sus empleadas y empleados. El objetivo de estas medidas, entre otros, es lograr una mayor flexibilidad de los tiempos de trabajo para que las mujeres y los hombres puedan asumir sus responsabilidades familiares y dar el cuidado necesario a sus hijas e hijos.

Vale destacar que por flexibilidad no nos referimos a modalidades precarias de contratación laboral sino a modalidades laborales con flexibilidad horaria u otros beneficios para las personas; pero que de ninguna manera implican una pérdida de derechos laborales o impactos adversos en la forma de contratación o remuneración salarial.

LACTANCIA MATERNA

Tanto UNICEF como la 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.

El aumento de las tasas de lactancia materna en todo el mundo es un factor fundamental para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible para el 2030.

⁴⁰ <http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley5623.html>.

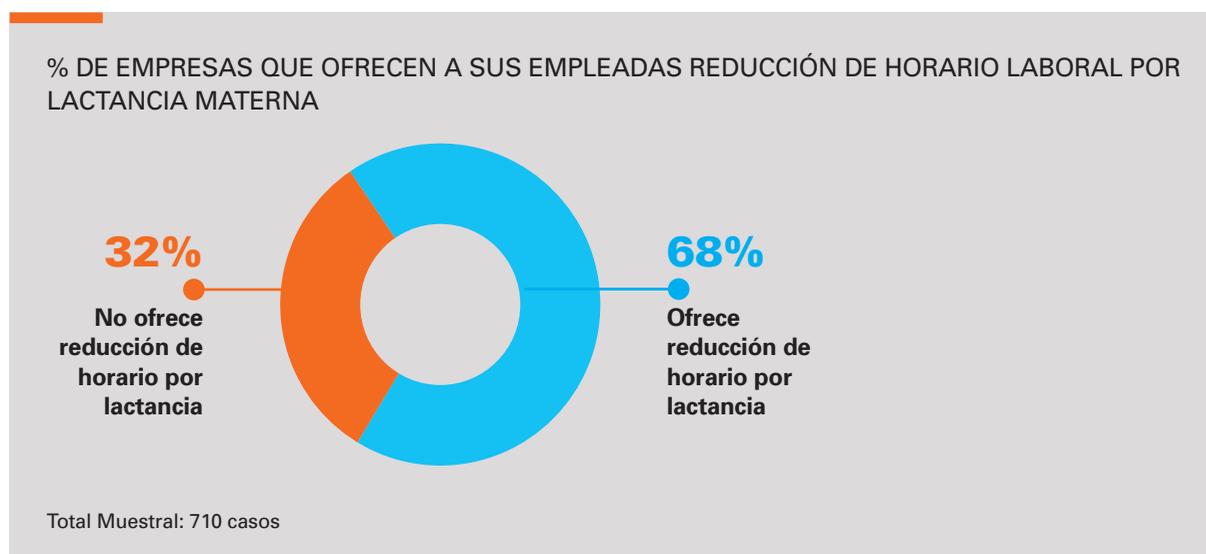
⁴¹ <http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley5623.html>.

Alimentar a un niño con leche materna reduce su probabilidad de contraer infecciones, alergias y padecer desnutrición. La lactancia materna establece un fuerte vínculo afectivo entre el hijo o hija y la madre.

De acuerdo con el informe *La lactancia materna en el siglo XXI* de la Organización Panamericana de la Salud (2016)⁴², “la reducción de las barreras para amamantar que afrontan las madres que trabajan mediante la asignación de salas para la lactancia y pausas en el trabajo para amamantar es una intervención de bajo costo que puede reducir el ausentismo, y mejorar el desempeño, el compromiso y la retención de la fuerza laboral”.

Si bien la Ley 20.744 (Régimen de Contrato de trabajo, Artículo 179) indica que, durante el período de lactancia, la madre tiene derecho a dos pausas diarias de 30 minutos cada una, por un año posterior al nacimiento, no todas las empresas (68%) garantizan ese beneficio a sus empleadas.

Un 32% de las empresas no ofrece reducción de horario por lactancia y un 7% solo lo ofrece hasta los 6 meses de edad del niño o niña.



La posibilidad de reducir la jornada laboral por lactancia materna crece junto con el tamaño de la empresa. Así, este beneficio se extiende al 85% de las empresas grandes, mientras que, en las empresas pequeñas, alcanza a un 61%.

Al interior de las empresas que efectivamente ofrecen reducción de jornada por lactancia (68%), existe un 7% que no lo ofrece hasta el año de vida del niño como lo estipula la normativa vigente.

⁴² <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2016/LactanciaMaternaEnSigloXXI-April15.pdf>

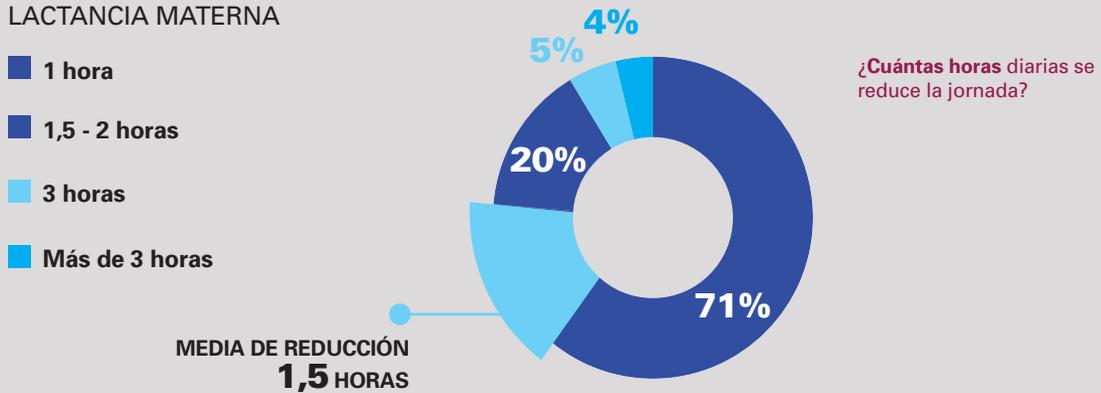
% DE EMPRESAS SEGÚN LA EDAD HASTA LA CUAL SE OFRECE REDUCCIÓN HORARIA POR LACTANCIA



Empresas que ofrecen reducción horaria por lactancia materna: 500 casos

En un 58% de las empresas, la cantidad de horas ofrecida alcanza lo que estipula la ley, mientras que en un 3% lo supera.

% DE EMPRESAS QUE OFRECEN A SUS EMPLEADAS REDUCCIÓN DE HORARIO LABORAL POR LACTANCIA MATERNA



Empresas que ofrecen reducción horaria por lactancia materna: 500 casos

La presencia de otros beneficios que impactan en el bienestar de niñas y niños y sus familias, son muy pocos. Entre ellos se encuentran los espacios de lactancia materna (lactarios), o el acceso a espacios de cuidado (jardín maternal u otros) dentro de la empresa, como un adicional de dinero o a través de un convenio con otra institución.

Un estudio, realizado por Liga de La Leche Argentina y la empresa consultora Voices! en 2018, muestra que las mujeres argentinas que quieren amamantar y trabajar enfrentan dificultades para hacerlo: 6 de cada 10 mencionan que su empleador apoya poco la lactancia.

Según el estudio, hay falta de información por parte del empleador y hablar de lactancia con los jefes es considerado incómodo para la mayoría de las empleadas, incluso para solicitar un lugar donde extraerse la leche. Asimismo, prima la percepción de que las mujeres en posiciones de liderazgo no combinaron lactancia y trabajo⁴³.

En relación con los espacios de cuidado (jardín maternal u otros), ya sea ofrecido dentro de la empresa, como adicional en dinero o a través de un convenio con otra institución, son pocas las empresas que han promovido su acceso (5%).

Según el Artículo 179 de la Ley de Contrato de Trabajo (LCT) se estipula que “los establecimientos donde preste servicios el número mínimo de trabajadoras que determine la reglamentación, el empleador deberá habilitar salas maternales y guarderías para niños hasta la edad y en las condiciones que oportunamente se establezcan”.

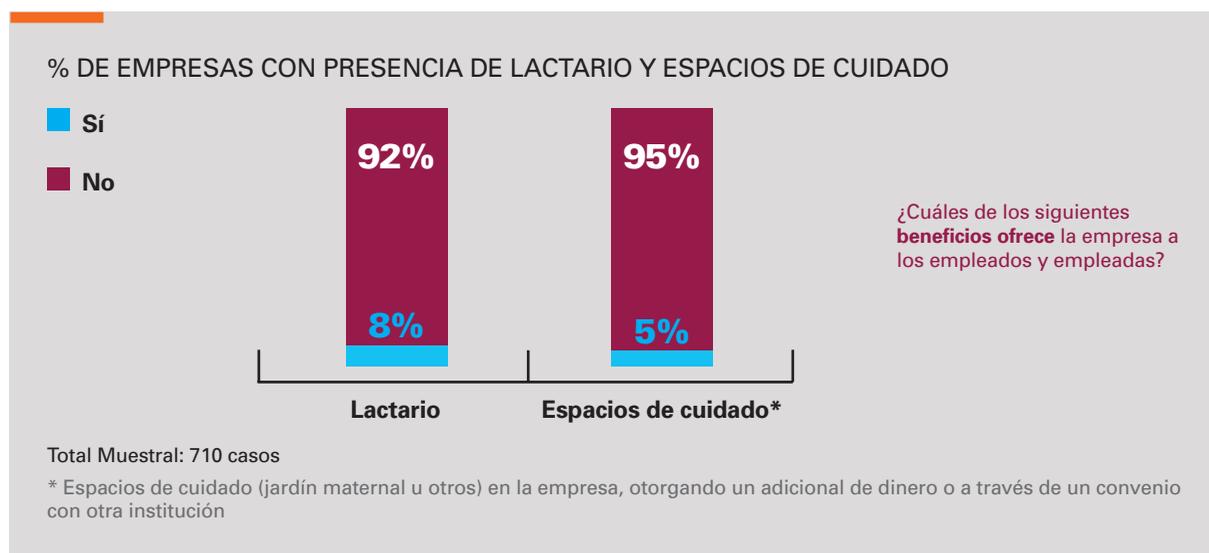
Sin embargo, este artículo de la ley no fue reglamentado.

La ausencia de lactarios y de espacios de cuidado profundiza la inequidad de género en el plano laboral y demuestra que las mujeres, sobre quienes recaen principalmente las tareas de cuidado, no suelen tener a su alcance los recursos necesarios para desempeñarse plenamente en el ámbito laboral.

La existencia de espacios de cuidado en las empresas (o cerca de los establecimientos) también facilita la lactancia, además de fortalecer el vínculo entre madres, padres e hijos, central para el desarrollo de los niños y niñas.

A pesar de que la lactancia materna está promovida por ley en la Argentina, 9 de cada 10 empresas no cuentan con un espacio lactario para que sus empleadas puedan amamantar o extraerse leche en su trabajo.

El 95% de las empresas no facilita el acceso a espacios de cuidado infantil dentro de los beneficios que ofrece a sus empleadas y empleados.



⁴³ <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2016/LactanciaMaternaEnSigloXXI-April15.pdf>

La presencia de lactario y el acceso a espacios de cuidado (jardín maternal u otros) ya sea dentro de la empresa, a través de un adicional de dinero o con un convenio con otra institución, crece junto con el tamaño de la empresa.

% DE EMPRESAS CON PRESENCIA DE LACTARIO Y ESPACIOS DE CUIDADO SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

	Pequeña 10-19 empleados	Mediana 20-99 empleados	Grande 100 y más empleados
LACTARIO	4%	10%	14%
ESPACIOS DE CUIDADO	2%	5%	15%
	269 casos	218 casos	223 casos

Entre las empresas que efectivamente ofrecen espacios de cuidado infantil (jardín maternal u otros) en la empresa u otorgando un adicional de dinero o a través de un convenio con otra institución, 6 de cada 10 limitan este beneficio a sus empleadas mujeres, mientras que un 40% lo ofrecen tanto a mujeres como a hombres.

De esta forma, las empresas que ofrecen este beneficio tanto a mujeres como a varones (que representan un 2% del total de empresas) promueven el cuidado compartido de los niños y niñas.

⁴⁴ Como se mencionó anteriormente, al hablar de flexibilización no nos referimos a modalidades precarias de contratación laboral sino a modalidades laborales con flexibilidad horaria u otros beneficios para las personas; pero que de ninguna manera implican una pérdida de derechos laborales o impactos adversos en la forma de contratación o remuneración salarial.

2.3

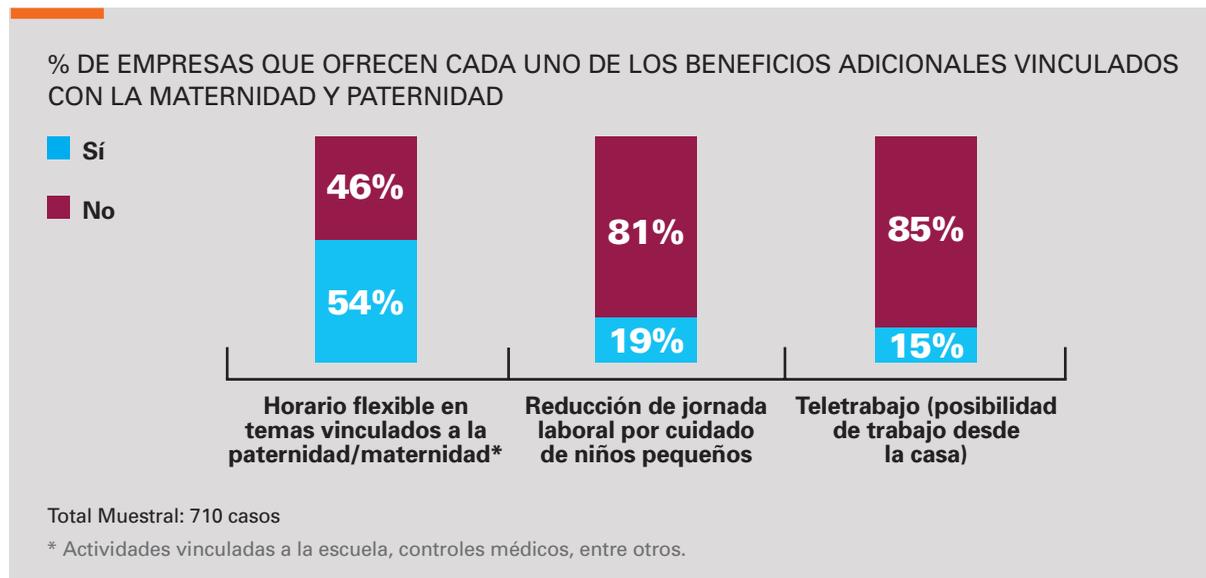
Cuidado, crianza y educación básica de niñas y niños

En *Empresas e Infancia 2020*, se menciona que las empresas tienen la oportunidad de contribuir significativamente al cuidado adecuado de los niños y niñas, flexibilizando modalidades de trabajo⁴⁴ y otorgando permisos que hagan posible una mejor compatibilidad entre la vida laboral y familiar de sus empleadas y empleados (UNICEF 2017)⁴⁵.

Otros beneficios o iniciativas sobre los que indagó el estudio muestran que más de la mitad de las empresas ofrecen horarios flexibles por temas vinculados a la paternidad o maternidad en general.

La presencia de horarios flexibles en temas vinculados a la paternidad y maternidad se destaca en las TIC y en las de capital extranjero donde alcanza a 7 de cada 10 empresas.

Otras iniciativas como la reducción de jornada laboral por cuidado de niños pequeños o la posibilidad de trabajar desde la casa (teletrabajo) son mencionadas por 2 de cada 10 empresas.



A pesar de que cada vez es mayor la posibilidad de realizar teletrabajo en la Argentina y de que en muchos casos se comprueba que a través de estos sistemas laborales empleadas y empleados logran conciliar de mejor manera su vida personal con su vida laboral, entre las empresas es muy baja aún la implementación de esta modalidad (19%).

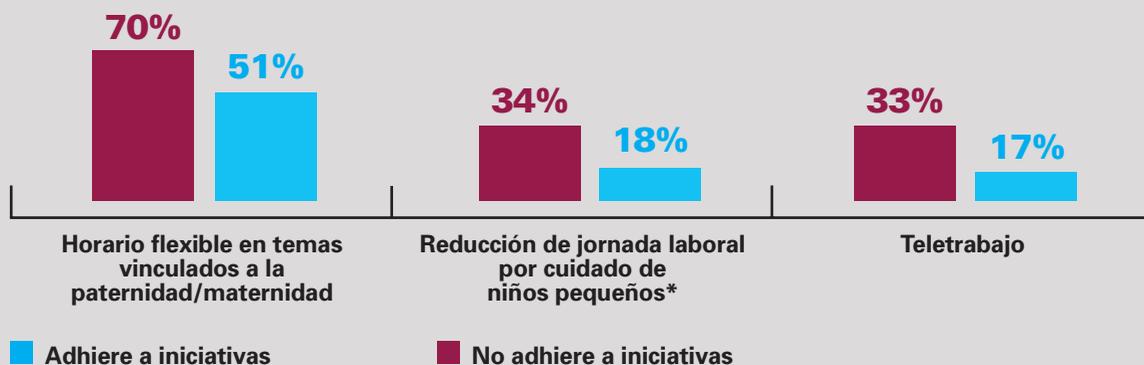
Cabe destacar que, entre las empresas del sector de TIC, también el teletrabajo ha avanzado más rápido que en otras industrias. En estas empresas la implementación de teletrabajo como un beneficio para los empleados alcanza a 7 de cada 10 empresas (73%), es decir, 3 veces más que en el promedio de las empresas (19%).

En un 72% de las empresas TIC hay flexibilidad horaria vinculada a temas de maternidad y paternidad. Adicionalmente, es un sector donde hay una oferta variada de diferentes tipos de licencias y donde hay una presencia media o alta de mujeres en un 68% de las empresas.

Por otra parte, es interesante el vínculo que se establece entre el compromiso con iniciativas de RSE y derechos humanos y el otorgamiento de beneficios para conciliar el trabajo con la vida familiar.

⁴⁵ <https://www.unicef.org/argentina/informes/empresas-e-infancia-2020>.

% DE EMPRESAS QUE OFRECEN CADA UNO DE LOS BENEFICIOS ADICIONALES VINCULADOS CON LA MATERNIDAD Y PATERNIDAD SEGÚN ADHERSIÓN A INICIATIVAS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y RESPETO POR LOS DERECHOS HUMANOS



Total Muestral: 710 casos

Adhiere a iniciativas de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos: 116 casos, No adhiere a iniciativas: 594 casos

A su vez, existe una relación entre el trabajo que se realiza “puertas afuera de la empresa” a través de inversión social privada en infancia (ISP-I) y las políticas y beneficios que facilitan la conciliación vida familiar y el trabajo.

% DE EMPRESAS QUE OFRECEN CADA UNO DE LOS BENEFICIOS ADICIONALES VINCULADOS CON LA MATERNIDAD Y PATERNIDAD SEGÚN REALIZA O NO ISP-I



Total Muestral: 710 casos

Realiza ISP-I: 293 casos, No realiza ISP-I: 417 casos

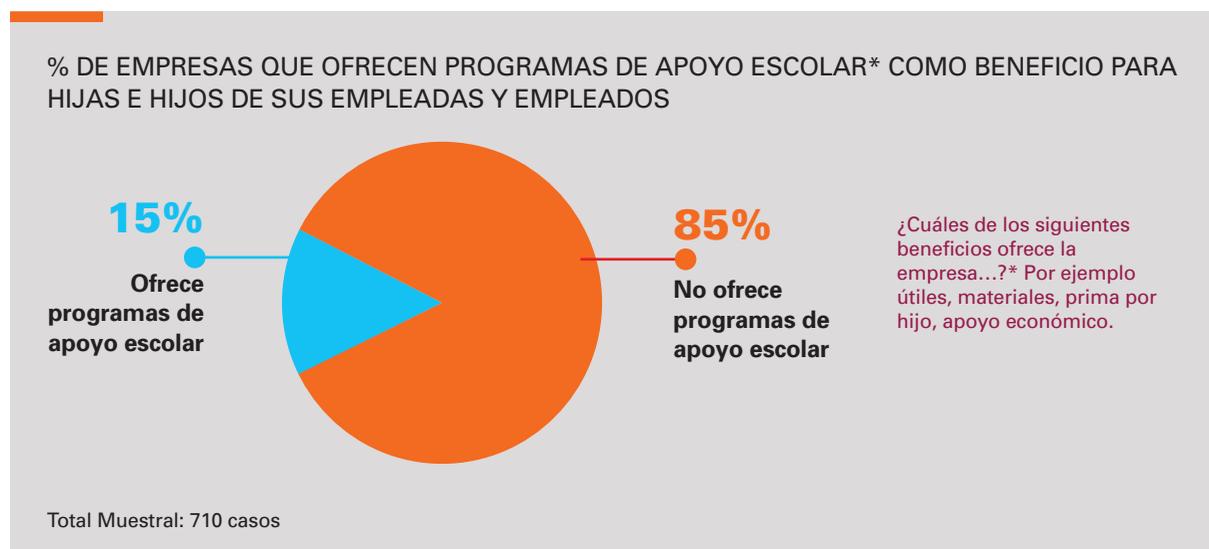
APOYO ESCOLAR A HIJAS E HIJOS DE EMPLEADAS Y EMPLEADOS

Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a una educación inclusiva y de calidad, que los prepare adecuadamente para ejercer desarrollo pleno, así como también para insertarse en un futuro en el mundo laboral.

En la Argentina, la educación obligatoria se extiende desde la sala de 4 años (y su universalización es desde los 3 años) hasta el último año de la secundaria (Ley 26.206, Ley 27.045). Sin embargo, diferentes factores restringen el ejercicio de este derecho (UNICEF 2017)⁴⁶.

En este marco, un 15% de las empresas ofrece programas de apoyo escolar (por ejemplo: útiles, materiales, prima por hijo, apoyo económico) como beneficio para hijas e hijos de sus empleadas y empleados.

El tamaño de la empresa influye en la posibilidad de ofrecer este tipo de iniciativas a sus empleados: en las empresas grandes (100 empleados o más) este beneficio alcanza a un 29% de las compañías.



MONITOREO DEL USO EFECTIVO DE LOS BENEFICIOS

El monitoreo de las acciones es necesario para la evaluación de las políticas e iniciativas de una empresa y permite tener un registro de uso de los derechos y beneficios por parte de los empleados y empleadas.

A pesar de ello, 3 de cada 10 empresas (31%) realizan un monitoreo del uso efectivo de los beneficios anteriormente mencionados como licencias extendidas, reducción horaria por lactancia materna, horario flexible, apoyo escolar y otros aspectos de conciliación entre la vida familiar y el trabajo.



⁴⁶ <https://www.unicef.org/argentina/informes/empresas-e-infancia-2020>.

3 —

Protección integral de niñas, niños y adolescentes, y su preparación para la vida adulta

3.1

Empleo joven

Según el informe *Jóvenes y Trabajo* (2018)⁴⁷ publicado por la Dirección General de Estudios Macroeconómicos y Estadísticas Laborales del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, los jóvenes desocupados son alrededor de 530 mil en el total nacional. La tasa de desocupación de las personas de entre 16 y 24 años es del 19,3%, es decir, 3,7 veces más que el registrado entre los adultos. Asimismo, los jóvenes desocupados son casi el 39% de los desocupados totales.

Además, el informe afirma que la informalidad laboral entre los asalariados afecta a más de 1 millón de jóvenes, que alcanzan una tasa de empleo no registrado del 61%, el doble de las de los adultos (29%). De la misma forma, los jóvenes son el 26,3% de los asalariados no registrados totales.

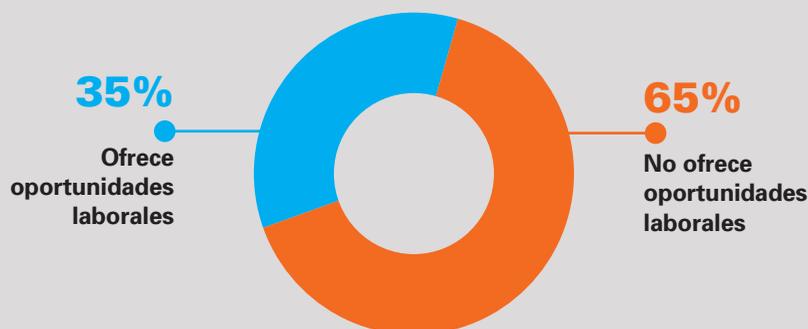
Por otra parte, el desempleo afecta más a las y los jóvenes provenientes de hogares de menores ingresos. Mientras el 26% de los jóvenes del quintil más bajo de ingreso es desempleado, solo el 9% de los jóvenes del quintil más alto está en esa situación (CIPPEC, 2018)⁴⁸.

En este contexto, los resultados obtenidos muestran la necesidad de generar mecanismos públicos y privados para que las empresas cuenten con políticas que colaboren en la inserción laboral de las y los jóvenes y los ayuden a garantizar condiciones de empleo decentes.

Un 35% de las empresas brinda oportunidades laborales a jóvenes en situación de vulnerabilidad, entendiendo por esto jóvenes que egresan de hogares convivenciales, jóvenes con estudios incompletos, adolescentes con discapacidad, en situación de pobreza, entre otros factores.

La posibilidad de brindar oportunidades laborales a jóvenes en situación de vulnerabilidad varía según el tamaño de la empresa. Mientras que entre las empresas medianas y grandes la posibilidad de brindar este apoyo es de 44% y 42% respectivamente, entre las empresas pequeñas no llega a un cuarto (24%).

% DE EMPRESAS QUE BRINDA OPORTUNIDADES LABORALES A JÓVENES EN SITUACIÓN VULNERABLE



¿Su empresa brinda oportunidades laborales a jóvenes en situación de vulnerabilidad (adolescentes que egresan de hogares, jóvenes con discapacidad, jóvenes en situación de vulnerabilidad socioeconómica, entre otros)?

Total Muestral: 710 casos

Entre las TIC aumenta la presencia de este tipo de oportunidades para jóvenes que se hacen efectivas en casi 6 de cada 10 de las compañías (56%).

Es interesante la relación que existe entre el apoyo que las empresas proveen a sus empleados en términos de flexibilidad horaria para cumplir con compromisos vinculados con la maternidad y paternidad o de apoyo escolar y la presencia de una política de apoyo a jóvenes vulnerables.

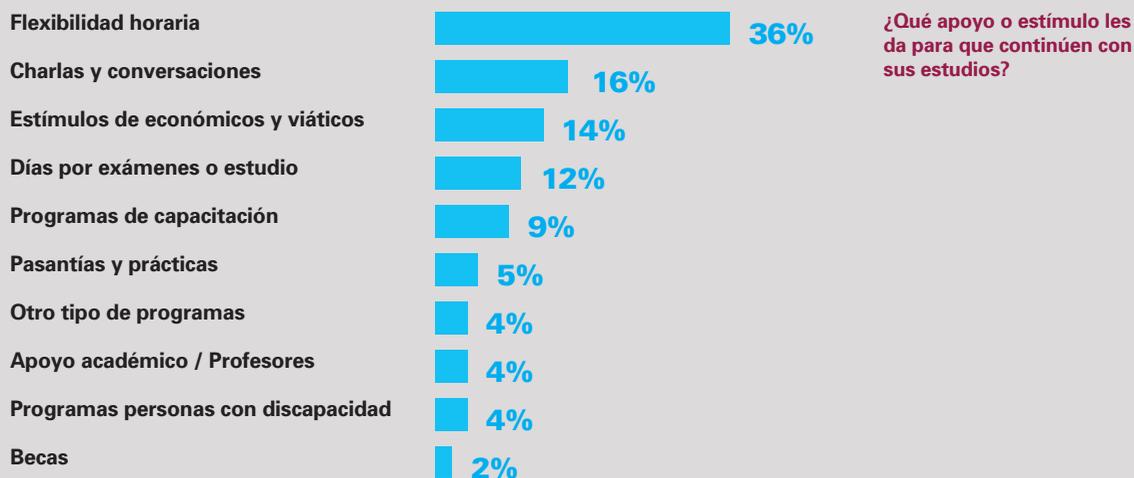
En las empresas donde se ofrecen oportunidades laborales a jóvenes en situación de vulnerabilidad, hay una mayor flexibilidad horaria y programas de apoyo escolar.

Además, en estas compañías, hay una mayor colaboración con la comunidad a través de acciones o apoyo a organizaciones en beneficio de los niños, niñas y adolescentes (49%) que entre las empresas que no ofrecen oportunidades laborales a jóvenes en situación de vulnerabilidad (28%).

El formato de ese apoyo es diverso e incluye: flexibilidad horaria, charlas y conversaciones, estímulos económicos y viáticos, días de examen y estudio, programas de capacitación, apoyo académico con profesores, programas de pasantías o prácticas pre-profesionales, entre otros.

Del total de las empresas que brindan oportunidades laborales a jóvenes en situación de vulnerabilidad, casi la mitad (46%) brinda adicionalmente algún tipo de apoyo para que los jóvenes empleados continúen sus estudios.

% DE EMPRESAS QUE BRINDA CADA TIPO DE ESTÍMULO O APOYO PARA QUE JÓVENES EN SITUACIÓN VULNERABLE CONTINÚEN CON SUS ESTUDIOS



Empresas que brindan oportunidades laborales: 112 casos

⁴⁷ http://www.trabajo.gob.ar/downloads/estadisticas/Jovenes_y_trabajo-4trim2017.pdf.

⁴⁸ <https://www.cippec.org/textual/la-argentina-es-el-pais-con-mayor-desempleo-juvenil-de-la-region/>.

3.2

Trabajo infantil

Numerosos países han adoptado leyes que establecen una edad mínima de admisión en el empleo. Muchos también han definido el concepto de trabajo peligroso y han prohibido que niñas, niños y adolescentes se dediquen a ese tipo de actividades, incluidos aquellos que han superado la edad mínima de admisión en el empleo, pero todavía no han cumplido los 18 años (OIT, 2010)⁴⁹.

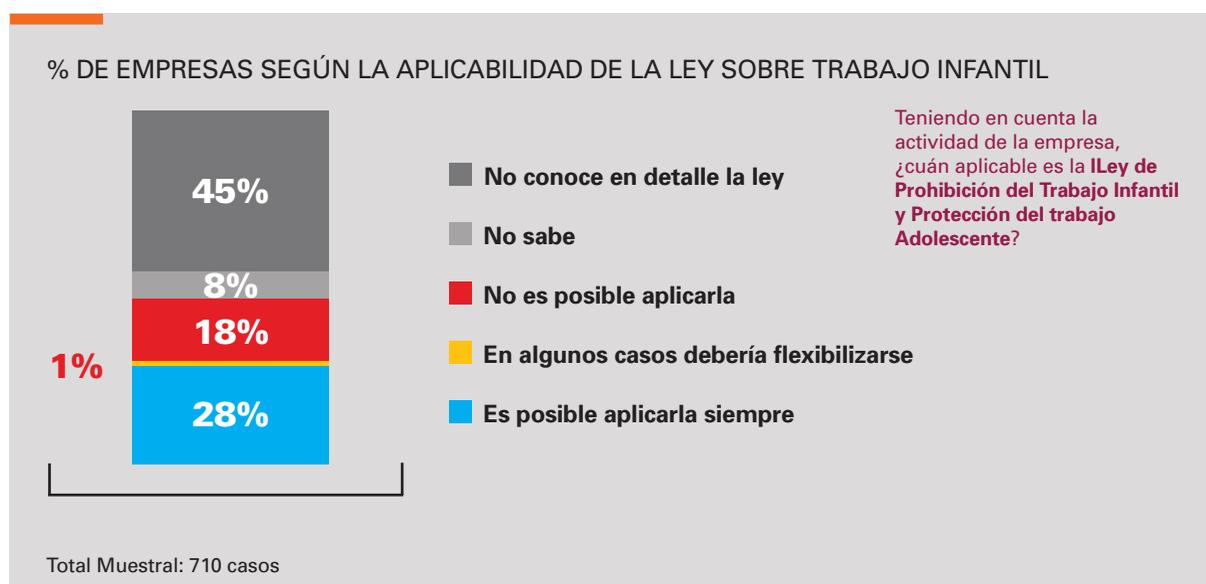
La Argentina ratificó los convenios desarrollados por la OIT con relación al trabajo infantil, y adecuó la legislación sobre niñez y aspectos laborales a estas normas internacionales.

En el país está prohibido el trabajo de los niños por debajo de los 16 años, de acuerdo con la Ley N° 26.390 de Prohibición del Trabajo Infantil y Protección del Trabajo Adolescente. Por encima de esa edad, y hasta los 18 años, el trabajo adolescente cuenta con protección especial.

En los ODS de Las Naciones Unidas (2015), el objetivo N° 8 se manifiesta acerca de la necesidad “*adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzado, 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*”⁵⁰.

En relación con este dato, la información provista por la primera Encuesta de Actividades de Niñas, Niños y Adolescentes (2017)⁵¹ realizada en la Argentina por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación relevó que el 9,4% de los trabajadores del país tiene entre 5 y 15 años.

El 28% de las empresas considera que es posible aplicar siempre la Ley de Prohibición del Trabajo Infantil y Protección del Trabajo Adolescente mientras que un 45% desconoce la ley en detalle.



⁴⁸ <https://www.cippec.org/textual/la-argentina-es-el-pais-con-mayor-desempleo-juvenil-de-la-region/>.

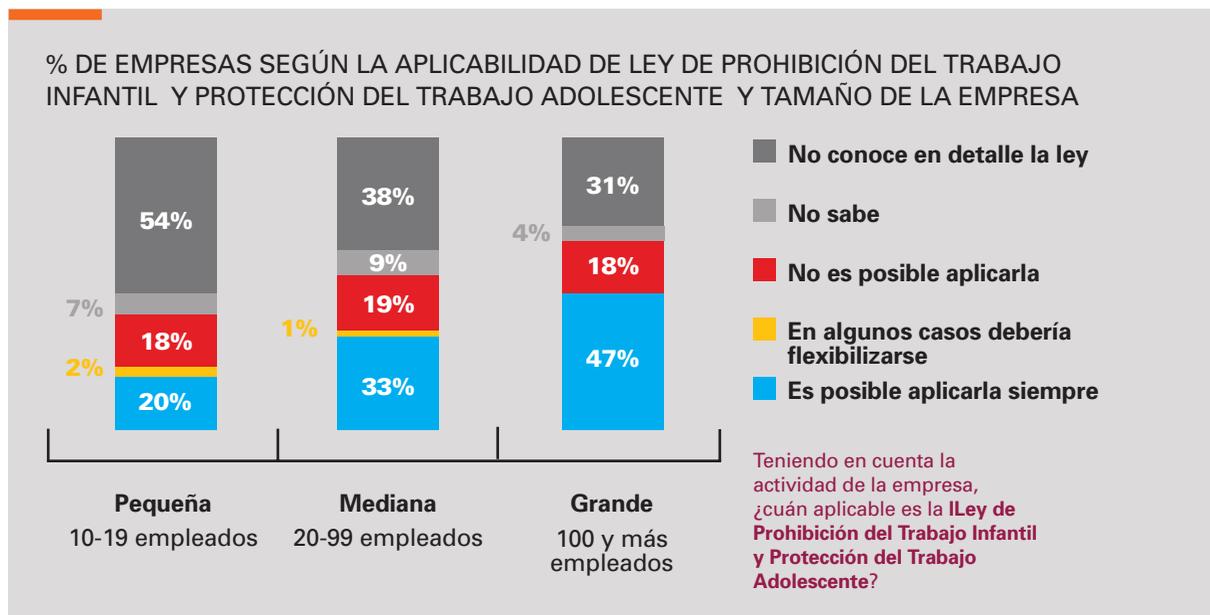
⁴⁹ http://white.lim.ilo.org/ipec/documentos/guias_para_empleadores.pdf.

⁵⁰ https://www.ilo.org/global/topics/dw4sd/themes/child-labour/WCMS_620636/lang-es/index.htm.

⁵¹ https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/sociedad/eanna_2018.pdf.

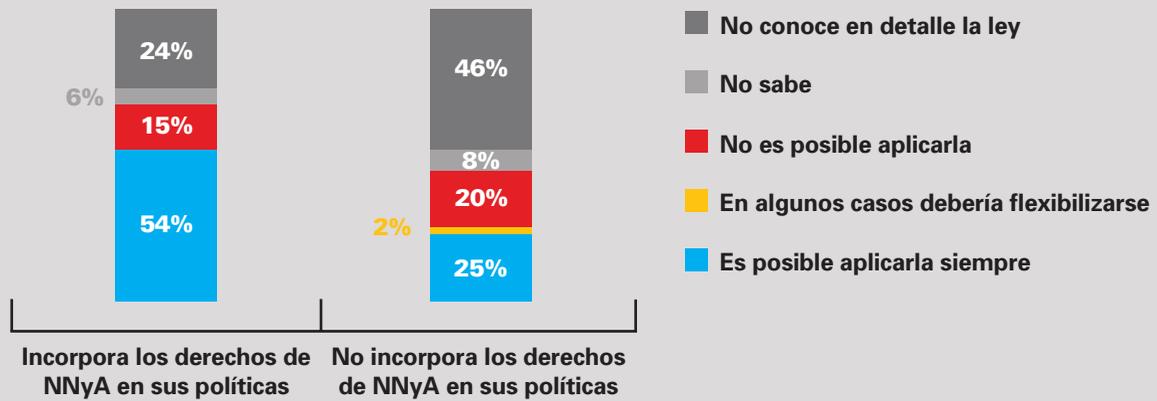
Estos porcentajes varían según una diversidad de aspectos aspectos, como el tamaño de las empresas, las políticas corporativas con las que cuentan, el origen del capital y las acciones con la comunidad que realizan.

En las empresas grandes (100 empleados o más) casi la mitad (47%) considera posible aplicar siempre la de Prohibición del Trabajo Infantil y Protección del Trabajo Adolescente mientras que entre las más pequeñas este porcentaje es del 20% acompañado por un altísimo nivel de desconocimiento de la ley (54%).



Entre las empresas que han incorporado cuestiones relativas a los derechos de (NNyA) en su política de derechos humanos, sus declaraciones de valores empresariales, códigos de conducta o similares, más de la mitad de las empresas (54%) afirma que es posible aplicar la Ley de Prohibición del Trabajo Infantil y Protección del Trabajo Adolescente y un cuarto (24%) que la desconoce. Sin embargo, entre las empresas que no han incorporado cuestiones relativas a los derechos de niñas, niños y adolescentes en su política de derechos humanos, la aplicabilidad de la ley alcanza a un cuarto de las empresas (25%) con un alto porcentaje de compañías que desconocen la ley (46%).

% DE EMPRESAS SEGÚN LA APLICABILIDAD DE LA LEY DE PROHIBICIÓN DEL TRABAJO INFANTIL Y PROTECCIÓN DEL TRABAJO ADOLESCENTE E INCORPORACIÓN DE DERECHOS DE NNyA EN SUS POLÍTICAS

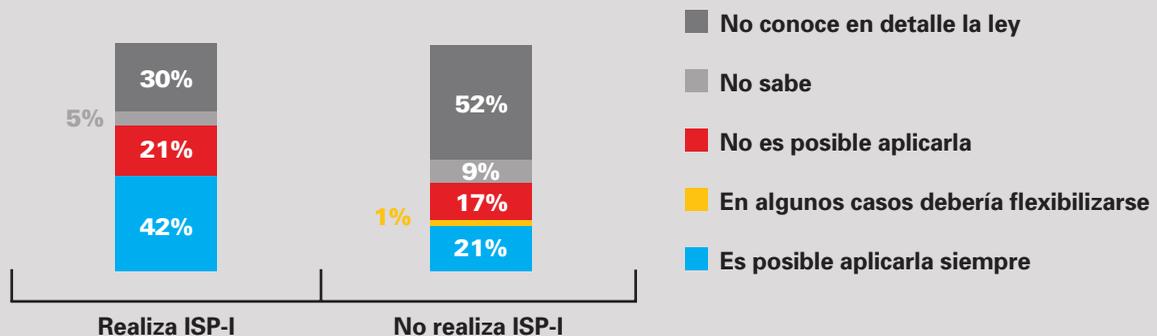


Base: Incorpora los derechos de NNyA en sus políticas: 106 casos, No incorpora los derechos de NNyA en sus políticas: 464 casos

Entre las empresas de capital extranjero, la aplicación de la ley alcanza al 64% de las compañías, con un desconocimiento de apenas un 18%.

Por último, si se consideran la inversión social privada en infancia (ISP-I) que realizan las empresas y el apoyo de iniciativas y proyectos en beneficio de niños, niñas y adolescentes, se observa que aquellas empresas que realizan efectivamente ISP-I son más conscientes de la aplicabilidad de esta ley de trabajo infantil que las que no realizan ISP-I.

% DE EMPRESAS SEGÚN LA APLICABILIDAD DE LA LEY DE PROHIBICIÓN DEL TRABAJO INFANTIL Y PROTECCIÓN DEL TRABAJO ADOLESCENTE E INCORPORACIÓN DE DERECHOS DE NNyA EN SUS POLÍTICAS



Base: Realiza ISP-I: 293 casos, No realiza ISP-I: 417 casos

3.3

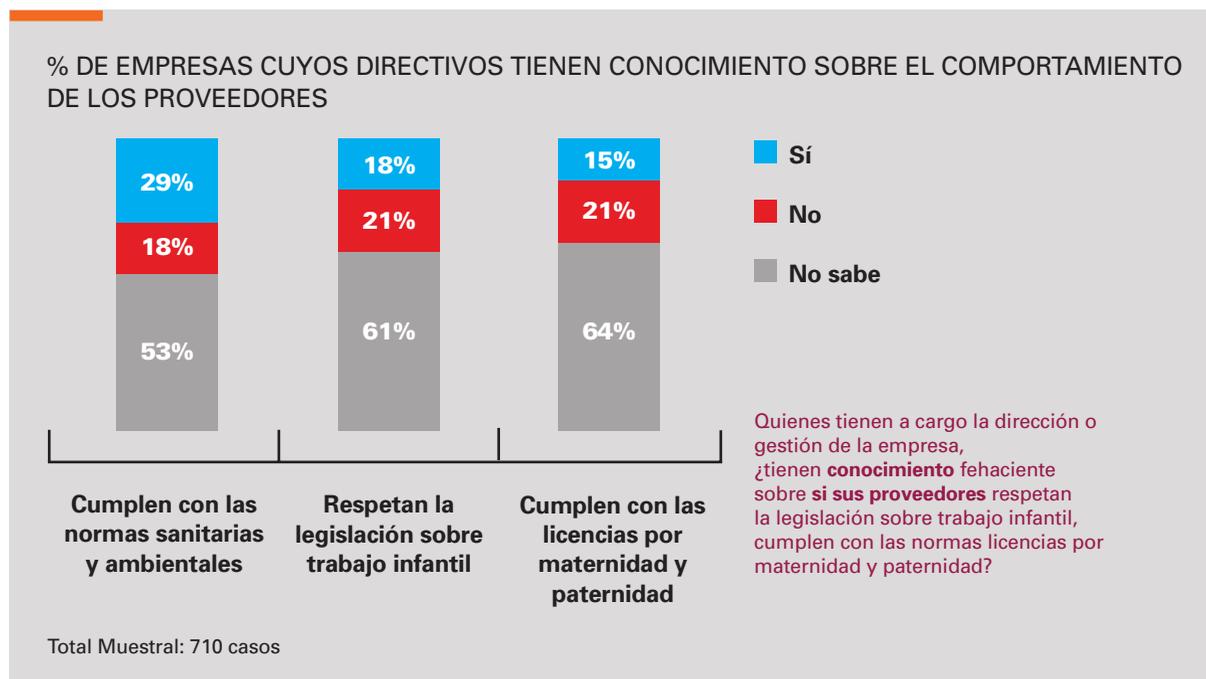
Controles y cláusulas de conducta a proveedores

Según el concepto de debida diligencia (uno de los ejes centrales del Marco de Ruggie⁵²), las empresas no son solo responsables por su propio accionar, sino que también son corresponsables de lo que sucede en sus cadenas de valor, por lo que se las insta a trabajar junto con sus proveedores, distribuidores, comercializadores, entre otros, para garantizar que se respeten los derechos humanos.

Los resultados de este estudio demuestran que existen aún desafíos vinculados con las cadenas de valor en temáticas como el trabajo infantil y el incumplimiento de las normativas de empleo.

Es bajo el conocimiento, entre quienes tienen a cargo la dirección o gestión de la empresa, acerca de si sus proveedores respetan la legislación sobre trabajo infantil, cumplen con las normas sanitarias y ambientales y con las licencias por maternidad y paternidad.

En 2 de cada 10 empresas las personas a cargo de la dirección o gestión de la compañía tienen conocimiento sobre si sus proveedores respetan la legislación sobre trabajo infantil.



⁵² El Marco Ruggie hace referencia a los principios relativos a la responsabilidad de las empresas de respetar los derechos humanos. El primero establece el deber del Estado de proteger a la población de los efectos adversos que puedan producir sobre ella las empresas que se encuentran bajo su jurisdicción o en su territorio.

El segundo principio estipula la responsabilidad de todas las empresas, sea cual sea su tamaño, su sector o el país en el que se encuentre, de respetar los derechos humanos y de no producir impactos negativos en las poblaciones locales.

Finalmente, el tercer y último principio se refiere al acceso efectivo al remedio para las víctimas de eventuales violaciones de los derechos humanos.

A diferencia de lo que sucedía en otras cuestiones indagadas, en este caso no existen grandes diferencias según el tamaño de las empresas con relación al conocimiento acerca de si sus proveedores respetan la legislación sobre trabajo infantil, cumplen con las normas sanitarias y ambientales y con las licencias por maternidad y paternidad.

El conocimiento sobre si sus proveedores respetan o no la legislación sobre trabajo infantil es de 17% en empresas pequeñas, 18% en empresas medianas y alcanza a un cuarto (25%) de las empresas grandes.

Existen herramientas que podrían implementar las empresas para prevenir situaciones de vulneración de derechos de niñas, niños y adolescentes. Desde la empresa, es clave informar a los proveedores sobre las exigencias respecto de la prevención del trabajo infantil. Para ello, es conveniente realizar declaraciones precisas, tanto oralmente como por escrito, sobre la edad mínima para trabajar, las tareas peligrosas que no deben realizar menores de 18 años, y las consecuencias de cualquier infracción de las condiciones estipuladas en los contratos (OIT, 2010).

Los desafíos para avanzar hacia una mayor y mejor protección de la niñez a lo largo de toda la cadena de valor son diversos.

Entre las empresas de capital extranjero la incorporación de una cláusula en los contratos con proveedores asciende a 27%.

“Un sistema de seguimiento asegurará el constante cumplimiento de las obligaciones establecidas en el contrato” (OIT, 2010). Para hacerlo, la empresa puede supervisar por sí misma a los proveedores, puede contratar una firma u organismo externo, o puede recurrir a una asociación profesional o sectorial.

Al interior del pequeño grupo de empresas (3%) que ha incorporado alguna cláusula sobre prohibición de trabajo infantil, un cuarto de ellas (25%) cuenta con mecanismos de control o verificación del cumplimiento de esas cláusulas.

Entre las empresas que incorporaron en los contratos con sus proveedores alguna cláusula de prohibición de trabajo infantil, hay casi 6 de cada 10 cuyos directivos están efectivamente al tanto de si los proveedores respetan o no la legislación sobre trabajo infantil, mientras que entre las que no han incorporado ninguna cláusula, casi 9 de cada 10 no están al tanto de lo que hacen sus proveedores con relación al trabajo infantil.

En este sentido, es central el control de los proveedores a través de medidas concretas y de la incorporación de compromisos escritos y públicos por parte de estos.

Un 3% de las empresas ha incorporado en sus contratos con proveedores una cláusula relativa a la prohibición del trabajo infantil.

Los directivos de la empresa...	Sí, hay cláusulas incorporadas sobre trabajo infantil	No, no hay cláusulas incorporadas sobre trabajo infantil
Saben si sus proveedores respetan la legislación sobre trabajo infantil	59%	11%
No saben si sus proveedores respetan la legislación sobre trabajo infantil	41%	89%

TRABAJO PUERTAS ADENTRO DE LA EMPRESA. ESTADO DE SITUACIÓN

Compromiso público de las empresas con los derechos humanos y los de los niños, niñas y adolescentes

- Un 14% adhiere a iniciativas nacionales o internacionales de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos.
- Un 20% del total de empresas tiene políticas de derechos humanos públicamente disponibles.
- Un 14% ha incorporado cuestiones relativas a los derechos de niñas, niños y adolescentes en su política de derechos humanos, sus declaraciones de valores empresariales, códigos de conducta o similares.

Responsabilidad, canales de consulta de la empresa y mecanismos establecidos con la cadena de valor

- Casi la mitad de las empresas (49%) no cuenta con ningún canal de denuncia para casos de vulneración de derechos de niñas, niños y adolescentes.
- Un 45% de las empresas desconoce en detalle la Ley de Prohibición del Trabajo Infantil y Protección del Trabajo Adolescente.
- En 2 de cada 10 empresas los directivos de la compañía tienen conocimiento sobre si sus proveedores respetan la legislación sobre trabajo infantil.
- Un 3% de las empresas ha incorporado en sus contratos con proveedores cláusulas relativas a la prohibición del trabajo infantil.

Primera infancia y conciliación la vida familiar y el trabajo

- Un 8% de las empresas ofrece a sus empleadas licencias por maternidad inferiores a los 90 días que exige la Ley, y un 92% ofrece menos de 98 días (que es la recomendación mínima de la normativa internacional). En cuanto a las licencias por paternidad, el 48% de las empresas ofrece más 2 días hábiles.
- 9 de cada 10 empresas (92%) no cuentan con lactario que facilita a las madres sostener la lactancia, práctica clave para la salud de los bebés en los primeros 6 meses de vida y hasta los 2 años.
- Un 32% de las empresas no ofrece reducción de horario por lactancia.
- 2 de cada 10 ofrece reducción de la jornada laboral por el cuidado de niños pequeños y la misma proporción permite el teletrabajo.
- Un 95% de las empresas no facilita el acceso a espacios de cuidado infantil dentro de los beneficios que ofrece a sus empleadas y empleados.

Promoción de la escolaridad y apoyo al empleo de jóvenes en situación de vulnerabilidad

- Un 15% de las empresas desarrolla programas de apoyo escolar (a través de útiles, materiales, prima por hijo, apoyo económico, entre otros) para hijas e hijos de sus empleadas y empleados.
- Un 35% ofrece oportunidades laborales a jóvenes en situación de vulnerabilidad (jóvenes que egresan de hogares, jóvenes con discapacidad, en situación de pobreza u otros).
- De las empresas que brindan oportunidades laborales, la mitad incluye estímulos para incentivar a que continúen con sus estudios.

— Trabajo puertas afuera

1 —

Productos adecuados y seguros

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 o las notificaciones, pero también contemplar y anticipar usos no previstos y potencialmente nocivos.

Estas responsabilidades abarcan 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 (UNICEF, 2017)⁵³.

NORMATIVAS ESPECÍFICAS DE PROTECCIÓN DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES

Un 43% de las empresas produce o comercializa productos o servicios que son consumidos por niñas, niños y adolescentes (entre otros públicos). En este grupo se destacan las empresas de alimentos y bebidas donde en un 84% tiene productos consumidos por este sector específico.



Al interior de ese 17%, hay un 3% que además de cumplir con normativas específicas sobre la protección de los niños, niñas y adolescentes, incorporó estándares adicionales.

El 17% de las empresas cuyos productos o servicios son consumidos por niñas, niños o adolescentes cumple con alguna normativa específica sobre la protección de sus derechos.

⁵³ <https://www.unicef.org/argentina/informes/empresas-e-infancia-2020>.

% DE EMPRESAS CUYOS PRODUCTOS SON CONSUMIDOS POR NIÑAS, NIÑOS O ADOLESCENTES Y QUE CUMPLEN CON NORMATIVAS ESPECÍFICAS SOBRE SU PROTECCIÓN



En la producción, comercialización y distribución de sus productos, ¿la empresa tiene que cumplir con alguna normativa específica sobre la protección de los niños, niñas y adolescentes?

Un 43% de las empresas desconoce si existe alguna normativa específica sobre la protección de niñas, niños y adolescentes, como códigos de conducta de la industria, principios sobre Derechos Humanos, recomendaciones del Comité de los Derechos del Niño⁵⁴, normas ISO específicas sobre infancia, entre otras.

El porcentaje de desconocimiento es particularmente alto en las empresas de transporte y turismo donde un 63% declara no estar al tanto de la existencia de normativas específicas para la protección de niñas, niños y adolescentes.

Por otro lado, las empresas de servicios (construcción, agua, gas y energía, salud, enseñanza, finanzas y otras) cumplen en mayor medida con normativas específicas (31%) y, además, han incorporado estándares adicionales (14%).

Entre las empresas que no adhieren a certificaciones internacionales, el desconocimiento de las normativas específicas es mayor (44%) que entre las que sí adhieren (31%).

EL COMPROMISO DE LAS EMPRESAS CON EL MEDIOAMBIENTE

La preocupación por el medioambiente está influenciando los procesos de toma de decisiones financieras de empresas e inversores. Los mercados valoran positivamente empresas en las que la actividad se realiza respetando el medioambiente.

Además de contribuir directamente al crecimiento económico, a la creación de empleo y a la reducción de la pobreza, las empresas tienen también una responsabilidad respecto del impacto ambiental que generan. Esta responsabilidad puede, asimismo, generar oportunidades de negocio ya que, para abordar el cambio climático y la sostenibilidad ambiental, hacen falta empresas que puedan proveer

⁵⁴ Los Estados deben dar ejemplo y exigir que todas las empresas estatales ejerzan la diligencia debida en lo que respecta a los derechos del niño y comuniquen públicamente sus informes sobre las repercusiones de sus operaciones en los derechos del niño, incluida la presentación de informes periódicos. https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CRC%2fC%2fARG%2fCO%2f5-6&Lang=es.

⁵⁵ Empresas sostenibles: creación de más y mejores empleos. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/—ed_emp/—ed_emp_msu/documents/publication/wcms_185282.pdf.

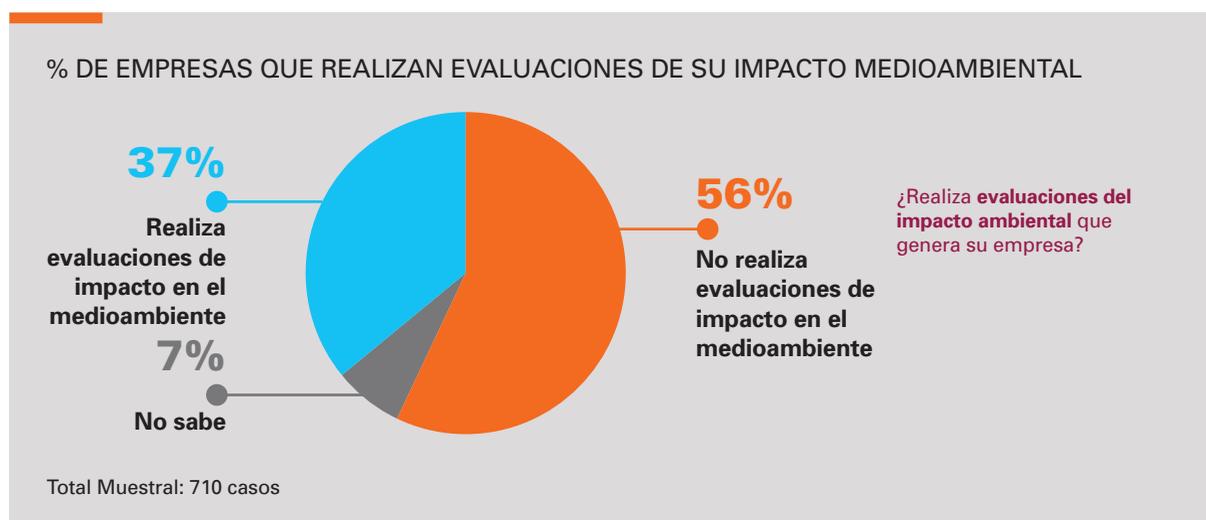
y usar tecnologías ambientales adecuadas y satisfacer la creciente demanda de productos y servicios ecológicos (OIT, 2014)⁵⁵.

De esta manera, se considera que una buena gestión ambiental puede derivar en impactos positivos y oportunidades de crecimiento y generación de valor.

En este contexto, el Pacto Global⁵⁶ incorpora tres principios de compromiso necesario de las empresas con medioambiente: *“Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente, deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental y deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente”* (Pacto Global, 1999)⁵⁷.

A pesar de la importancia creciente de la temática medioambiental en los distintos grupos de interés de las empresas (*stakeholders*), un 37% efectivamente realiza evaluaciones del impacto que sus actividades de producción tienen en el medioambiente.

6 de cada 10 de las empresas no realizan evaluaciones del impacto ambiental de la compañía.



Un 74% de las empresas de capital extranjero cuenta con una evaluación de impacto medioambiental.

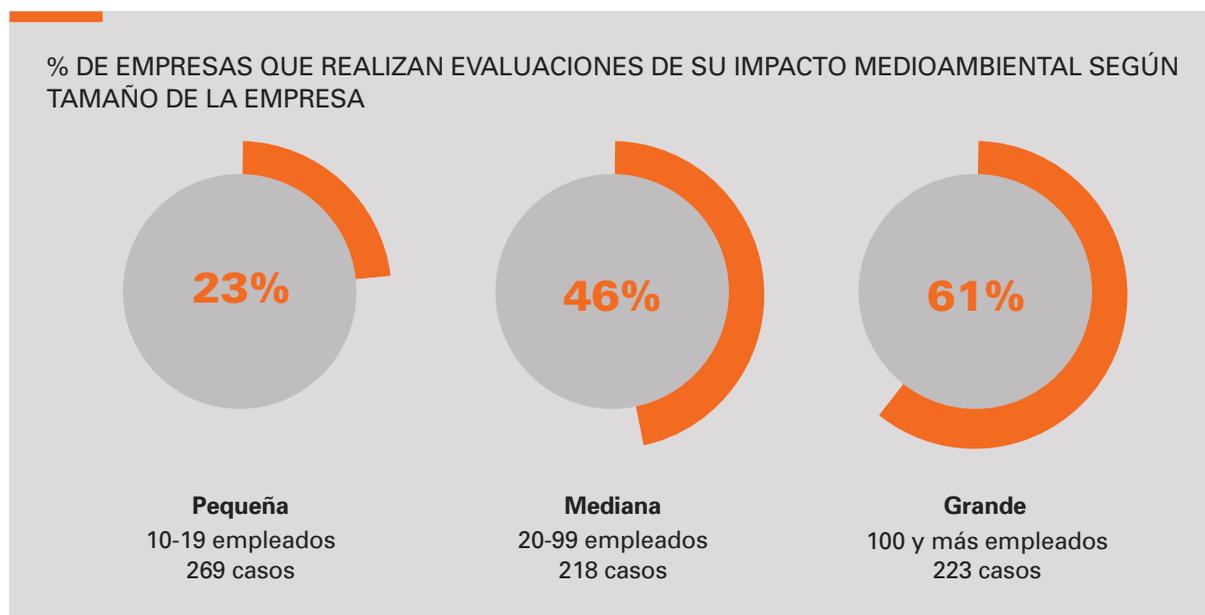
A su vez, el tamaño de las empresas se vincula con la implementación de este tipo de controles. En las empresas pequeñas menos de un cuarto (23%) realiza evaluaciones, en las medianas alcanza a casi la mitad (46%) y entre las más grandes, llega al 61%.

⁵⁶ El Pacto Global de Naciones Unidas (UN Global Compact) es un instrumento de las Naciones Unidas (ONU).

Su fin es transformar el mercado global, potenciando un sector privado sostenible y responsable sobre la base de 10 principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medioambiente y la corrupción. Dos objetivos principales:

- Incorporar los 10 principios en las actividades empresariales de todo el mundo.
- Canalizar acciones en apoyo de los objetivos más amplios de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

⁵⁷ <https://pactoglobal.org.ar/>.



Al analizar los sectores a los que pertenecen las empresas, también se encuentran diferencias en relación con las evaluaciones que realizan en cada caso: las empresas manufactureras (69%) y específicamente las de alimentos y bebidas (50%) son aquellas donde este tipo de controles se encuentran más extendidos, mientras que las empresas del sector comercio (25%) y las TIC (23%) son las que menos involucradas están con el tema.

Para la OMS⁵⁸, mejorar la salud ambiental de los niños y sus madres ocupándose de las cuestiones que afectan a su salud constituye una contribución esencial para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

También la Organización Panamericana de la Salud (OPS) hace referencia al impacto del ambiente sobre la salud infantil: *“Está ampliamente demostrado que los niños son más susceptibles que los adultos al impacto del medioambiente sobre su salud y calidad de vida. Debido a que están en proceso de crecimiento y a que su sistema inmunitario y sus mecanismos de detoxificación no están totalmente desarrollados, los elementos tóxicos o infecciosos en la comida, la malnutrición y la contaminación del aire y del agua generalmente ejercen en ellos efectos más marcados que en los adultos”* (OPS 1999)⁵⁹.

En este sentido, las empresas deben garantizar que la producción, comercialización y distribución de sus productos o servicios sean respetuosas con el medioambiente desde un enfoque de niñas, niños y adolescentes, que puede ser distinto del de los adultos. Además, deben considerar impactos actuales y potenciales, y tomar las medidas necesarias para minimizarlo o neutralizarlo (UNICEF, 2017)⁶⁰.

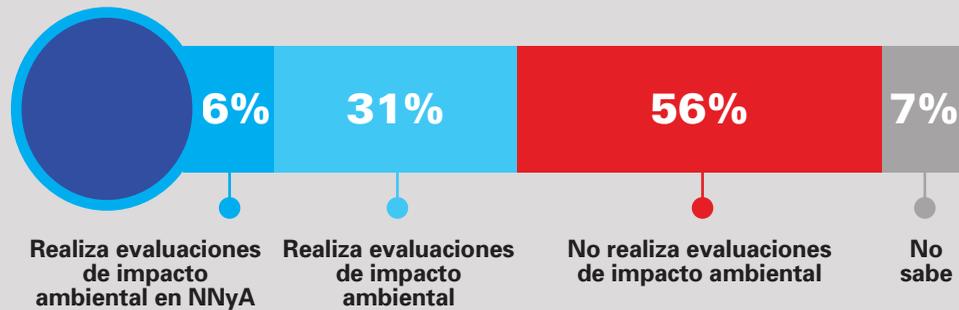
El 94% de las empresas no realiza evaluaciones del impacto ambiental en niñas, niños y adolescentes, por separado, como grupo específico.

⁵⁸ <https://www.who.int/ceh/publications/factsheets/fs284/es/>.

⁵⁹ http://www.ciat.hc.edu.uy/images/stories/materiales/OPS-Impacto_del_Ambiente_sobre_la_salud_Infantil-1999.pdf.

⁶⁰ <https://www.unicef.org/argentina/informes/empresas-e-infancia-2020>.

% DE EMPRESAS QUE REALIZAN EVALUACIONES DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL EN NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES



Total Muestral: 710 casos

En estas evaluaciones de impacto ambiental que la empresa realiza, ¿se analiza el **impacto en niñas, niños y adolescentes**, por separado, como grupo específico?

Sin diferencias significativas por tamaño de empresa o rubro, la proporción de empresas que tienen en cuenta el impacto ambiental de sus actividades en niñas, niños y adolescentes es pequeña.

Entre las empresas que declaran que cumplen con normativas específicas sobre protección de niñas, niños y adolescentes, la proporción de medición del impacto ambiental en esta población específica crece hasta un 18% vs un 4% de las que no cuentan con normativas específicas.

La falta de una evaluación consciente del impacto medioambiental en niñas, niños y adolescentes pone en riesgo los derechos de estos “a un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, así como a la preservación y disfrute del paisaje” (Art. 21. —derecho al medioambiente— UNESCO. Asimismo, puede tener consecuencias directas en su propio derecho a la salud.

Comunicación, publicidad y *marketing*

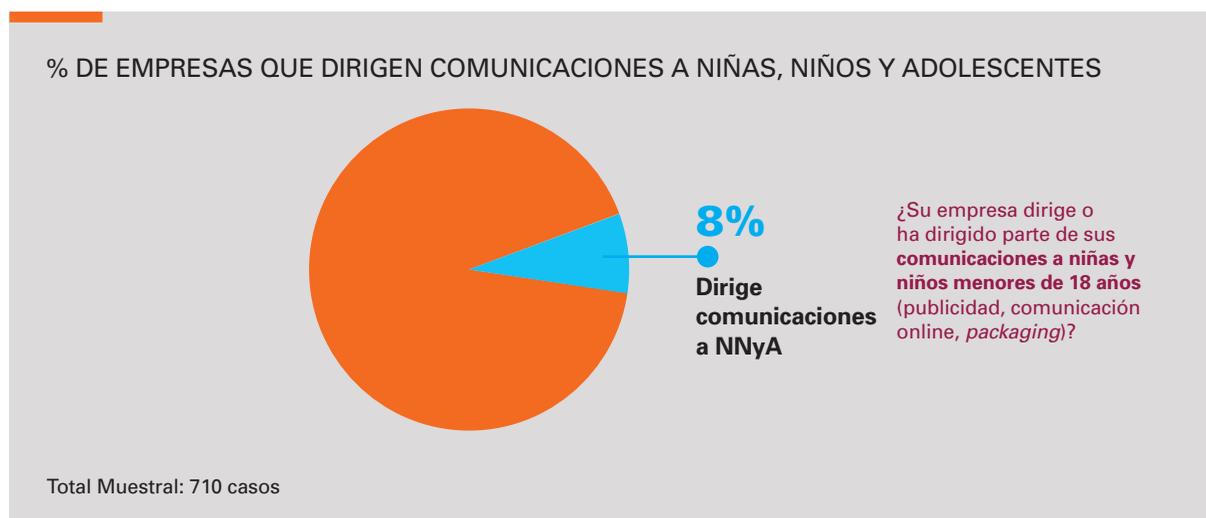
Buena parte de la relación de las empresas con los clientes y consumidores se produce a través de su comunicación y publicidad. En este sentido, a la hora de pensar la publicidad dirigida a niñas, niños y adolescentes, las empresas deben cuestionarse sobre los mensajes transmitidos y contemplar que las piezas sean acordes con los derechos de la infancia.

“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” (UNICEF, 2017)⁶¹.

Los niños, niñas y adolescentes son un público atractivo para las empresas por varios motivos.

Por un lado, porque según el último censo de 2010, en la Argentina hay más de 14 millones de niñas y niños menores de 18 años; por otro lado, porque es un público que resulta altamente influenciado y que a su vez influye, de alguna manera, en las compras que se realizan en el hogar.

Una de cada 10 empresas declara que dirige actualmente o ha dirigido parte de sus comunicaciones a niñas y niños menores de 18 años (a través de publicidad, comunicación *online*, *packaging*, entre otros). Este número es considerablemente más alto en empresas de alimentos y bebidas (ver página 82).



De las empresas que dirigen parte de sus comunicaciones a niñas, niños y adolescentes, que representan el 8% del total de la muestra, casi la mitad (47%) no cuenta con políticas formales y escritas que regulen estas comunicaciones (en sus mensajes, imágenes, distribución, entre otros).

De esta forma, las niñas y los niños están en riesgo de verse expuestos a comunicaciones que pueden promocionar hábitos alimenticios no saludables e incentivar el consumo de productos de bajo valor nutricional así como a publicidades que promuevan estereotipos físicos y de género, que transmiten mensajes discriminatorios, violentos u ofensivos, entre otros.

⁶¹ *Empresas e Infancia 2020*. <https://www.unicef.org/argentina/informes/empresas-e-infancia-2020>.

% DE EMPRESAS QUE CUENTAN CON POLÍTICAS O ALGÚN DOCUMENTO PARA REGULAR LA COMUNICACIONES A NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES



Empresas que dirigen comunicaciones a niñas, niños y adolescentes: 58 casos

Del 47% de las empresas que tiene algún tipo de regulación, un 29% cuenta con una política propia mientras que un 18% adhiere a iniciativas de autorregulación de la industria (CONARP, ICC u otras).

Sin embargo, vale mencionar que existe amplia evidencia en la industria alimentaria respecto de que la autorregulación de la publicidad de no es efectiva en la protección de niños, niñas y adolescentes.

En esta línea, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) ha resaltado que la autorregulación no logra reducir su exposición a la promoción de alimentos de bajo valor nutricional⁶². *“La autorregulación generalmente establece criterios de restricción demasiado laxos, permisivos y poco claros, que hacen imposible una protección efectiva de los derechos de los niños, niñas y adolescentes”*⁶³ (UNICEF, 2019).

Si bien la mitad de las empresas que comunican a niñas, niños y adolescentes tiene algún tipo de regulación propia o adhiere a iniciativas de autorregulación, un 93% de quienes comunican a niños declara que los valores transmitidos están acordes a los derechos de la infancia (es decir, evita mensajes discriminatorios o que sitúan a los niños y niñas en situaciones peligrosas, que los incitan a cometer acciones de riesgo o actos de contravención o promueven estereotipos físicos o de género, o que van en detrimento de buenos hábitos alimenticios, entre otros).

⁶² Recomendaciones de la Consulta de Expertos de la Organización Panamericana de la Salud sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños en la Región de las Américas. <http://www.paho.org/nutricionydesarrollo/wp-content/uploads/2012/05/Recomendaciones-Expertos-OPS-publicidad-alimentos.pdf>.

⁶³ <https://www.unicef.org/argentina/media/4996/file/Obesidad,%20una%20cuesti%C3%B3n%20de%20derechos.pdf>.

% DE EMPRESAS QUE DIRIGE COMUNICACIONES A NNyA Y CHEQUEA LOS VALORES TRANSMITIDOS POR SUS COMUNICACIONES



Empresas que dirigen comunicaciones a niños: 58 casos

3 —

Inversión social privada en infancia

La inversión social privada (ISP-I) en infancia es la inversión de recursos económicos, políticos y sociales de las empresas para contribuir al cumplimiento equitativo y sostenible de los derechos del niño a través de acciones concertadas y planificadas. Es proactiva, apalanca recursos, genera rentabilidad social, promueve cambios sostenibles, entre otros (UNICEF, 2013)⁶⁴.

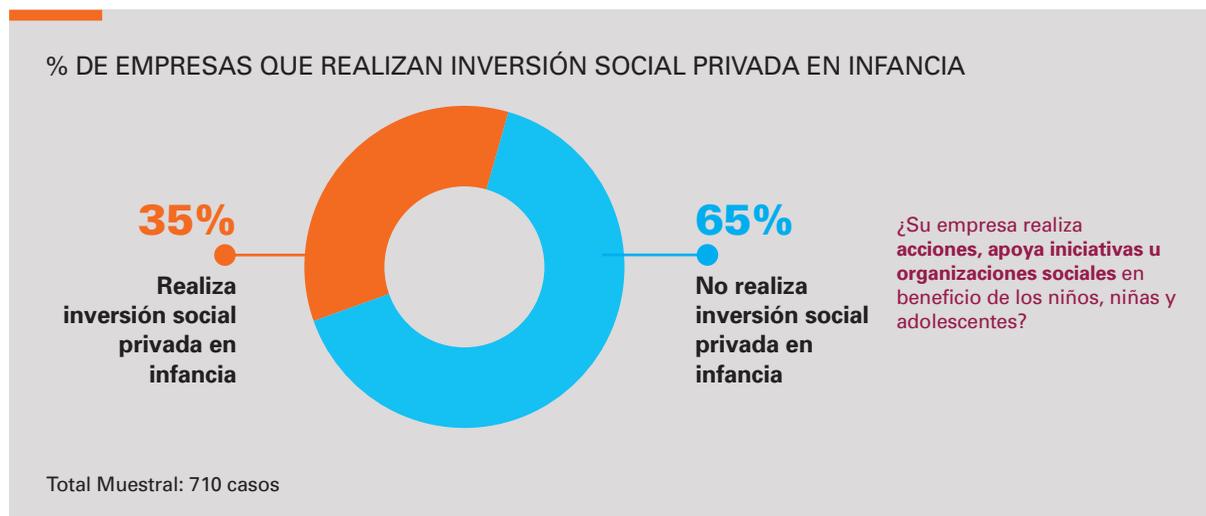
En este sentido, los resultados del presente estudio muestran que todavía hay un importante trabajo por hacer con relación al desarrollo de acciones privadas que buscan promover los derechos de niñas, niños y adolescentes.

El tamaño de la empresa juega un papel importante en la inversión social privada en infancia. El porcentaje de empresas que desarrollan, apoyan o participan de iniciativas vinculadas con niños, niñas y adolescentes crece a medida que aumenta de tamaño.

Entre las empresas más pequeñas, la realización de acciones o el apoyo a iniciativas u organizaciones es de apenas un 21%, mientras que entre las empresas medianas es de 44% y en las grandes alcanza a casi 7 de cada 10 (66%).

Algunas hipótesis tienen que ver con que las empresas grandes cuentan con una mayor disponibilidad de recursos para generar estas acciones, y que son exigencias de su casa matriz y de los organismos que definen las certificaciones internacionales.

En 35% del total de las empresas realiza acciones, apoya iniciativas u organizaciones sociales en beneficio de los niños, niñas y adolescentes.



Hay una fuerte relación entre el trabajo “puertas adentro” a través de la incorporación de cuestiones relativas a los derechos de niñas, niños y adolescentes en sus políticas de derechos humanos y el trabajo “puertas afuera” que se vehiculiza a través de la ISP-I.

Las empresas que se comprometen desde su política de derechos humanos, sus declaraciones de

⁶⁴ Cuaderno para la acción: *Inversión Social Privada en Infancia*. <https://www.unicef.org/argentina/media/2331/file/Inversi%C3%B3n%20social%20privada%20en%20la%20infancia.pdf>.

valores empresariales, códigos de conducta o similares con cuestiones relativas a los derechos de niñas, niños y adolescentes también trabajan consistentemente en beneficio de los niños, niñas y adolescentes en sus actividades puertas afuera de la empresa.

REALIZA ACCIONES, APOYA INICIATIVAS U ORGANIZACIONES EN BENEFICIO DE LOS NNyA	LA EMPRESA INCORPORÓ CUESTIONES RELATIVAS A DERECHOS DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES	
	SÍ	NO
SÍ	69%	28%
NO	31%	72%

Existen diversos criterios para definir o seleccionar los programas, planes o proyectos y las organizaciones o instituciones sociales que apoyan.

El más mencionado tiene que ver con la zona de influencia de la empresa (45%). En segundo lugar, se encuentra la temática de los proyectos (34%). Un 20% menciona que se definen en función de su contribución al cumplimiento de los objetivos de RSE de la empresa, un 16% menciona como criterio de elección la existencia de algún vínculo entre algún empleado o empleada de la empresa y el programa o iniciativa, y un 14% selecciona los proyectos porque mejora la imagen corporativa.

Entre las empresas grandes y entre las que cuentan con certificaciones internacionales, aumenta el peso del cumplimiento de los objetivos de RSE de la compañía como criterio de selección de los programas o planes que apoya.



Entre todas las razones por las que una empresa decide llevar adelante acciones o iniciativas de inversión social privada, los ODS no aparecen como un factor principal.

La realización de acciones o apoyo a iniciativas u organizaciones sociales en beneficio de los niños, niñas y adolescentes toma diferentes formas según las empresas. La forma más entendida, mencionada por el 78%, consiste en donaciones en efectivo, especie o servicios; en segundo lugar, el apoyo a eventos, auspicios y/o publicaciones (señalado por el 42%); un 22% de las empresas apoya el fortalecimiento institucional a través de asistencia técnica, asesoramiento, capacitación, entre otros, y una proporción similar (20%) lo hace mediante la promoción del voluntariado corporativo, es decir, la participación de los empleados o empleadas de la empresa en actividades sociales. Estos dos últimos están más extendidos entre las empresas grandes.

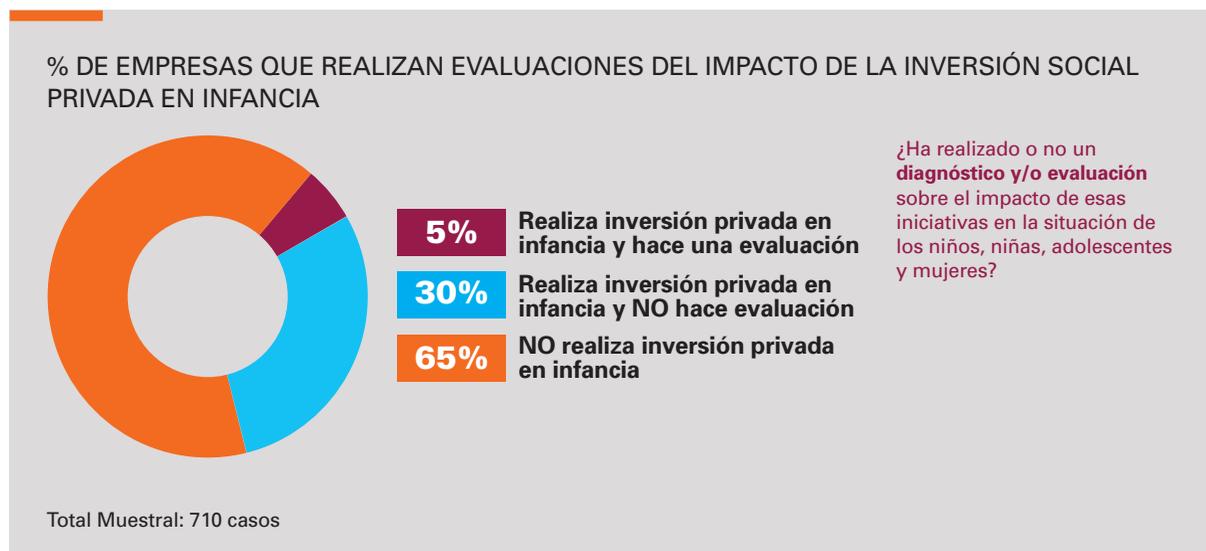
Un 5% de las empresas selecciona los proyectos y las instituciones sociales que apoya por su vinculación con los objetivos de desarrollo sostenible.

EVALUACIÓN DE IMPACTO DE LAS INVERSIONES PRIVADAS EN INFANCIA

“El monitoreo y la evaluación permiten verificar la implementación del proyecto, el logro de los resultados y la generación de impacto. Posibilitan procesos de toma de decisión con más información, y la eventual reorientación o discontinuidad de los proyectos” (UNICEF, 2013)⁶⁵.

Idealmente, un proyecto debería poder establecer un diagnóstico de la situación antes de la intervención, y otro después, con el objetivo de tener un resultado medible.

Solo un 15% de las empresas que realiza acciones, apoya iniciativas u organizaciones sociales en beneficio de niñas y niños realiza una medición del impacto. Esto representa un 5% del total de las empresas.



⁶⁵ Cuaderno para la Acción: Inversión Social Privada en Infancia. <https://www.unicef.org/argentina/media/2331/file/Inversi%C3%B3n%20social%20privada%20en%20la%20infancia.pdf>

Durante el 2017, y según lo declarado por los entrevistados en este estudio, un 29% de las empresas ha destinado menos de \$10.000 a inversión privada en infancia; un 22% invirtió entre \$10.000 y \$50.000; un 7% invirtió entre \$50.000 y \$100.000; un 4%, entre \$100.000 y \$500.000; y un 1%, entre \$1.000.000 y \$3.000.000. El resto de las empresas (37%) no declara el monto destinado a inversión social privada en infancia.

El monto de inversión aumenta junto con el tamaño de la empresa; así, entre las empresas más grandes, un 14% destina más de \$500.000; esta cifra fue destinada por un 5% entre las medianas y un 2% de las pequeñas.

En relación con la facturación total, un 45% de las empresas no sabe qué porcentaje representa la ISP-I de la facturación total de la empresa, un 38% declara que representa menos del 1% de la facturación total, y un 13% que representa entre un 1% y un 5%. Finalmente, un 5% de las empresas declara que la ISP-I representa más de un 5% de su facturación total anual.

TRABAJO PUERTAS AFUERA DE LA EMPRESA. ESTADO DE SITUACIÓN

Comercialización de productos seguros para el consumo infantil

- Un 17% de las empresas, cuyos productos o servicios son consumidos por niñas, niños o adolescentes, cumple con alguna normativa específica sobre la protección de los niños, niñas y adolescentes.
- Un 43% desconoce si existe alguna normativa específica sobre la protección de los niños, niñas y adolescentes, como códigos de conducta de la industria, principios sobre Derechos Humanos, recomendaciones del Comité de Derechos del Niño, normas ISO, específicas sobre infancia, entre otras.

Vínculo entre los derechos del niño y el medioambiente

- Un 56% empresas (casi 6 de cada 10) no realiza evaluaciones del impacto que sus actividades de producción tienen en el medioambiente.
- Un 94% del total de las empresas no realiza evaluaciones del impacto ambiental que sus actividades de producción tienen en niñas, niños y adolescentes, por separado, como grupo específico.

Comunicaciones y marketing dirigidos a niñas, niños y adolescentes

- Casi la mitad (47%) de las empresas que dirige parte de su comunicación a niñas, niños y adolescentes no cuenta con políticas formales y escritas que regulen estas comunicaciones (en sus mensajes, imágenes, distribución, entre otros).

Promoción de la inversión social privada, con enfoque en derechos del niño

- Un 35% de las empresas realizan acciones, apoya iniciativas u organizaciones sociales en beneficio de niñas, niños o adolescentes.
- Un 15% de las empresas que realiza acciones, apoya iniciativas u organizaciones sociales en beneficio de niñas, niños y adolescentes realiza una medición del impacto.
- Un 5% de las empresas selecciona los proyectos y las instituciones sociales que apoya por su vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible mientras que un 45% lo hace porque están en la zona de influencia.

Desafíos sectoriales en torno al cuidado y protección de la infancia y adolescencia



Este estudio se propuso indagar aspectos específicos sobre determinadas industrias que tienen impactos particulares en el bienestar de los niños, niñas y adolescentes. Los rubros son: *transporte y turismo, tecnología y comunicaciones, y alimentos y bebidas.*

Transporte y turismo

Según el Código de Conducta para la Protección de los Niños, Niñas y Adolescentes contra la Explotación Sexual Comercial en los Viajes y el Turismo, elaborado en 1998 por End Children Prostitution and Trafficking (ECPAT) junto a compañías de turismo y la Organización Mundial de Turismo, es importante que las empresas del sector se comprometan con la prevención de trata y explotación infantil⁶⁶.

El Código de Conducta para la Protección de los Niños contra la Explotación Sexual en Viajes y Turismo propone 6 pautas que las empresas deben cumplir para proteger a los niños, niñas y adolescentes:

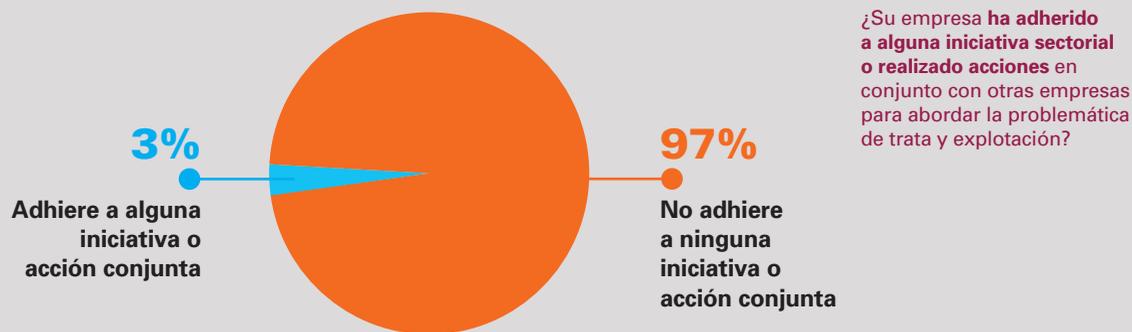
1. Establecer una política y procedimientos contra la explotación sexual de los niños, niñas y adolescentes.
2. Capacitar a los empleados sobre los derechos del niño, la prevención de la explotación sexual y la manera de informar sobre casos sospechosos.
3. Incluir una cláusula en los contratos a lo largo de la cadena de valor, estableciendo el rechazo común y una política de tolerancia cero a la explotación sexual de los niños.
4. Ofrecer información a los viajeros sobre los derechos de los niños, la prevención de la explotación sexual de los niños y la manera de informar sobre casos sospechosos.
5. Apoyar, colaborar y comprometer a las partes concernientes en la prevención de la explotación sexual de los niños.
6. Presentar un informe anual sobre la implementación de actividades relacionadas con el código de conducta.

El presente estudio permite contar con un diagnóstico inicial sobre el compromiso y acciones concretas que se están desarrollando en torno a la problemática de trata y explotación.

El 97% de las empresas de transporte y turismo no ha adherido a alguna iniciativa sectorial o realizado acciones en conjunto con otras empresas para abordar la problemática de trata y explotación.

⁶⁶ ECPAT International es una red mundial de organizaciones y personas que trabajan juntas para poner fin a la prostitución, la pornografía y la trata de niños con fines sexuales. En 2008, la Secretaría de Turismo firmó un Acuerdo de Entendimiento con The Code que expresa el apoyo de la Argentina a la promoción del Código a nivel local.

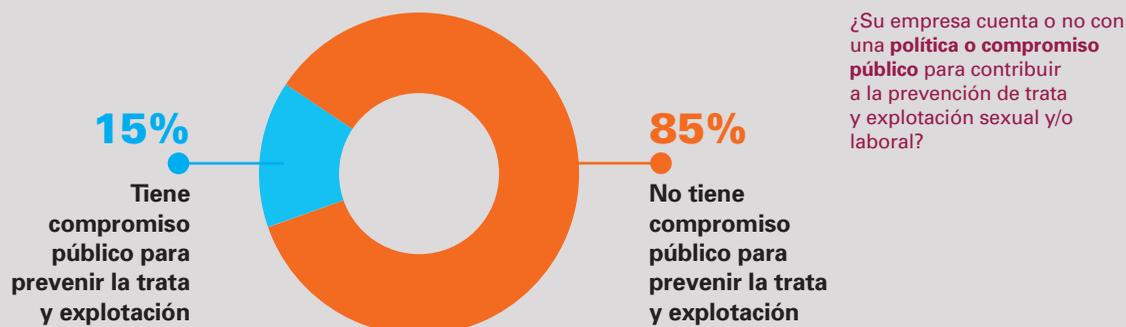
% DE EMPRESAS QUE ADHIEREN A ALGUNA INICIATIVA O ACCIÓN CONJUNTA CON OTRAS EMPRESAS PARA ABORDAR LA PROBLEMÁTICA DE TRATA Y EXPLOTACIÓN



Empresas de transporte y turismo: 115 casos

Más allá de la adhesión a iniciativas sectoriales o acciones conjuntas con otras empresas para abordar la problemática de trata y explotación, un 15% de las empresas de transporte y turismo cuenta con políticas o compromisos, propios y públicamente disponibles, para contribuir a la prevención de trata y explotación sexual y/o laboral.

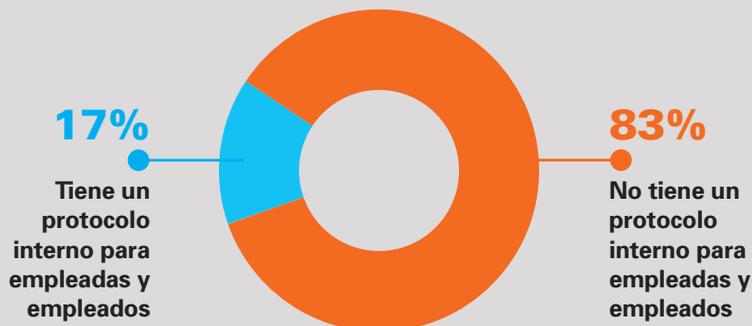
% DE EMPRESAS QUE CUENTAN CON UNA POLÍTICA O COMPROMISO PARA PREVENIR LA TRATA Y EXPLOTACIÓN



Empresas de transporte y turismo: 115 casos

El Código de Conducta en Viajes y Turismo también propone involucrar a los trabajadores de la empresa como parte de una estrategia de abordaje y prevención de la problemática. En este sentido, un 17% de las empresas de transporte y turismo entrevistadas cuenta con un protocolo para que los empleados y empleadas sepan cómo actuar frente a sospechas de posibles casos de trata y explotación.

% DE EMPRESAS QUE TIENE PROTOCOLO PARA QUE LOS EMPLEADOS Y EMPLEADAS SEPAN CÓMO ACTUAR FRENTE A SOSPECHAS O CASOS DE TRATA Y EXPLOTACIÓN INFANTIL



¿Su empresa cuenta con un protocolo para que los empleados y empleadas sepan cómo actuar frente a sospechas de posibles casos de trata y explotación?

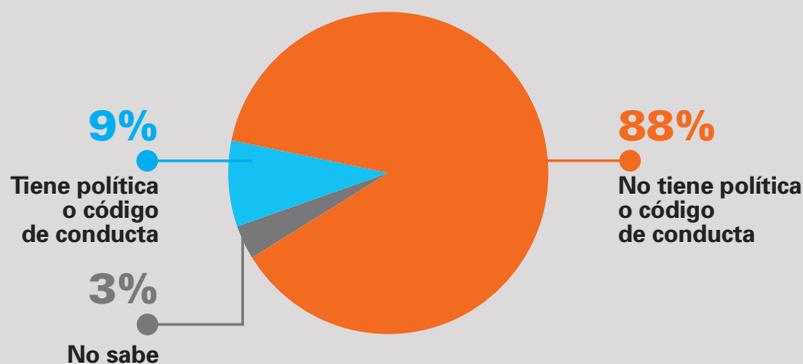
Empresas de transporte y turismo: 115 casos

Tecnología y comunicaciones

Las TIC fomentan la creatividad, la concepción crítica de contenidos y la construcción de conocimiento mediante herramientas colectivas. Sin embargo, también representan riesgos, por lo que es indispensable que las empresas en general y las del sector de TIC en particular logren desarrollar buenas prácticas de protección a la infancia y adolescencia, que permitan evitar cualquier tipo de exposición, daño y abuso.

Una de cada 10 empresas TIC ha desarrollado una política, código de conducta u otro documento que manifiesta la intención de erradicar el hostigamiento y acoso en línea⁶⁷.

% DE EMPRESAS QUE TIENEN POLÍTICA, CÓDIGO O DOCUMENTO QUE MANIFIESTA LA INTENCIÓN DE ERRADICAR EL HOSTIGAMIENTO Y ACOSO EN LÍNEA

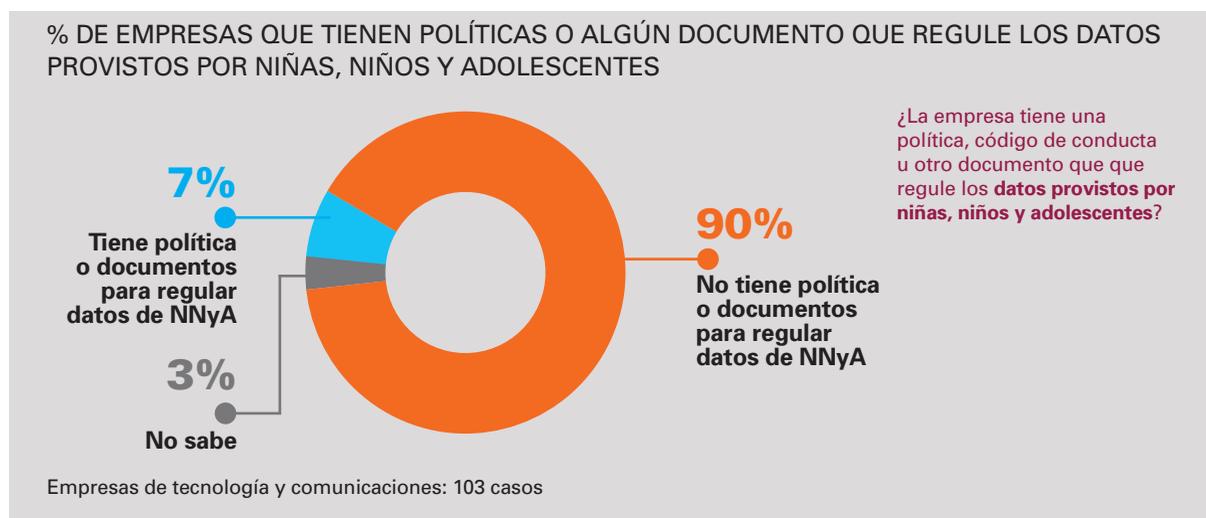


¿Su empresa cuenta con un protocolo para que los empleados y empleadas sepan cómo actuar frente a sospechas de posibles casos de trata y explotación?

Empresas TIC: 115 casos

⁶⁷ Si bien durante el documento nos referiremos al hostigamiento y acoso en línea, el cuestionario utilizado en este estudio indagó específicamente sobre las políticas, códigos de conducta u otros documentos que manifiestan la intención de erradicar el abuso y explotación sexual infantil en línea.

Así como hay baja presencia de un código de conducta contra el hostigamiento y acoso en línea, también es bajo el porcentaje de las empresas TIC (7%) que cuenta con una política o algún tipo de documento que regule los datos provistos por niñas, niños y adolescentes.



La ausencia de códigos de conducta que apoyen el hostigamiento y el acoso en línea y que regulen los datos provistos por niñas, niños y adolescentes, resulta en una situación de exposición de los chicos que, de acuerdo con el estudio *Kids on line Argentina* (UNICEF, 2016)⁶⁸, en su mayoría (51%) suelen estar conectados gran parte de su tiempo y cada vez a edades más tempranas.

De acuerdo con el estudio, la edad promedio del primer acceso a Internet es cercana a los 11 años. Más de la mitad (el 53%) de los entrevistados de entre 13 a 15 años accedió por primera vez entre los 7 y los 10 años; en cambio el 70% de los adolescentes de entre 16 y 18 años lo hizo a partir de los 11 años.

En ese estudio también se confirma que 8 de cada 10 niños entrevistados han experimentado una situación negativa en Internet durante el último año (por ejemplo, contenidos obscenos o pornográficos, comentarios o imágenes de violencia o que incitan a la violencia, acoso, maltrato o discriminación).

Volviendo a la situación de las empresas, un 5% de las compañías del rubro dispone de procedimientos destinados a evaluar los productos, aplicaciones, juegos, contenidos y servicios, para asegurarse que son adecuados y protegen la salud física y mental de los niños.

EMPRESAS DE TECNOLOGÍA Y COMUNICACIONES, Y EL ACCESO A INTERNET

“La eclosión de las tecnologías de la información y la comunicación ha puesto al alcance de niños y jóvenes una serie de oportunidades de comunicarse, estar conectados, compartir, aprender, acceder a información y expresar sus puntos de vista sobre cuestiones que los afectan y que afectan a sus comunidades sin precedentes” (UNICEF, 2015)⁶⁹.

Sin embargo, el acceso a las TICs es aún un desafío pendiente. Como se plantea en *Access to the internet and digital literacy* (UNICEF, 2017)⁷⁰, la “brecha digital” profundiza las desigualdades y afianza las situaciones de desventaja, dejando a las niñas y niños sin acceso a Internet cada vez más atrás.

La información almacenada de manera digital es cada vez mayor, existe una creciente digitaliza-

⁶⁸ Si bien durante el documento nos referiremos al hostigamiento y acoso en línea, el cuestionario utilizado en este estudio indagó específicamente sobre las políticas, códigos de conducta u otros documentos que manifiestan la intención de erradicar el abuso y explotación sexual infantil en línea.

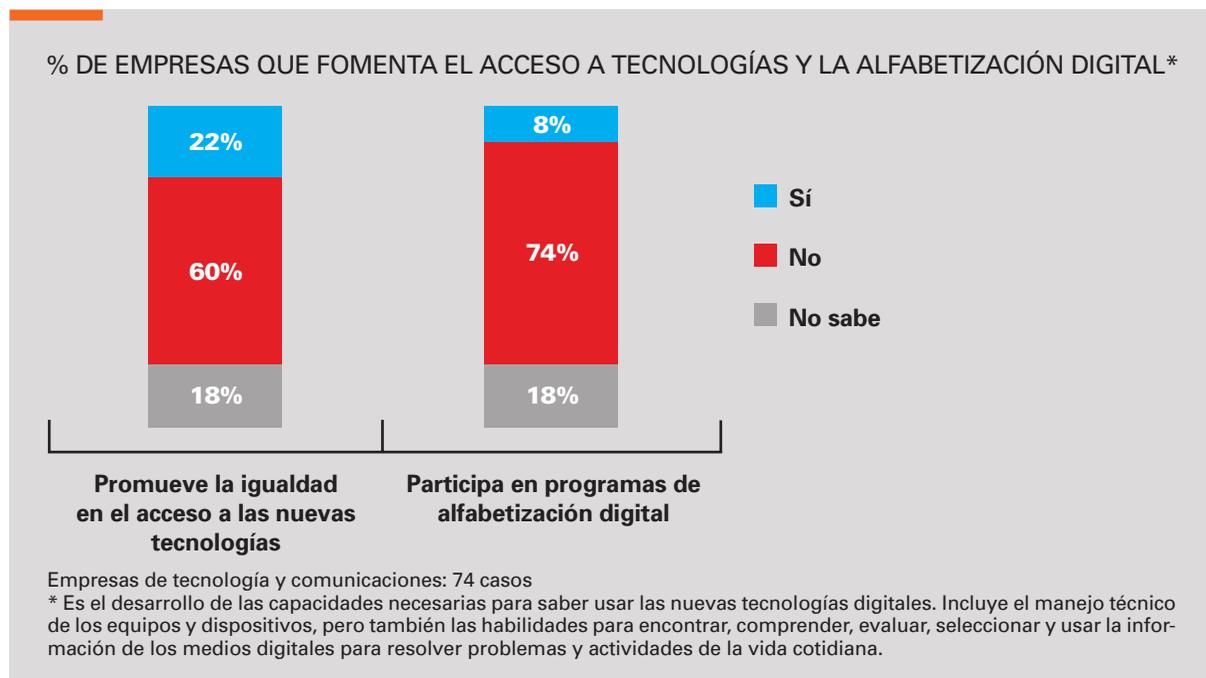
⁶⁹ Directrices de protección de la infancia en línea para la Industria https://www.unicef.org/csr/files/COP_Guidelines_Spanish.pdf.

⁷⁰ https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF_CRB_Digital_World_Series_ACCESS.pdf.

ción de los servicios públicos, y la tecnología está cada vez más integrada en la currícula educativa.

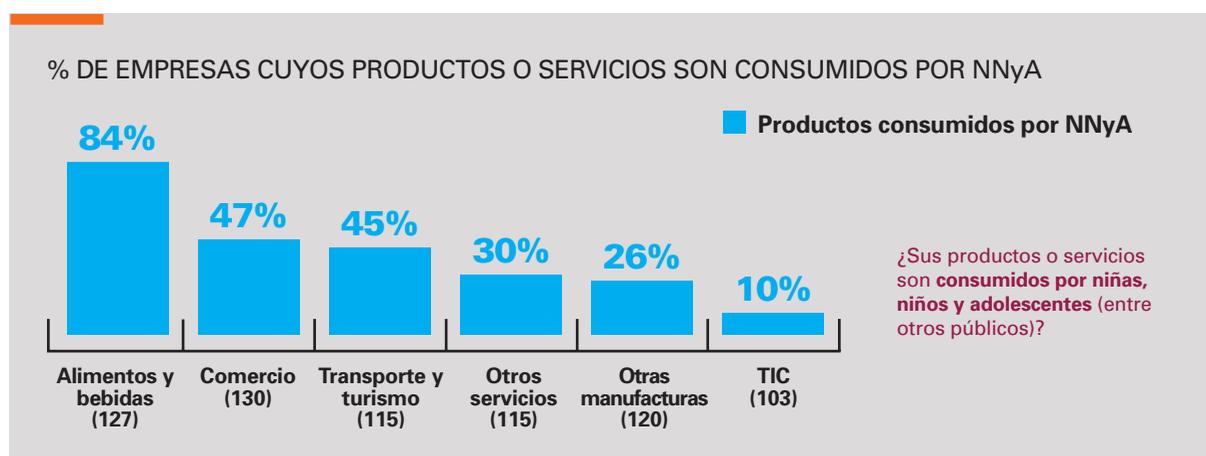
De hecho, a medida que Internet se vuelve más crítico para el pleno disfrute de los derechos humanos, estar desconectado genera mayores desigualdades y desventajas.

En este contexto, todavía es bajo el accionar de empresas del rubro en cuestiones vinculadas con la igualdad de acceso a las tecnologías y la promoción de programas de alfabetización digital⁷¹.



Alimentos y bebidas

Las empresas de alimentos y bebidas representan un 13% del total muestral. Es el sector que en mayor medida (84%) fabrica y comercializa productos que son consumidos por niños, niñas y adolescentes.



⁷¹ Refiere al desarrollo de capacidades y habilidades para el uso de las nuevas tecnologías digitales como así también para comprender y evaluar información a través de estas.

La malnutrición, en todas sus formas, es la principal causa de problemas de salud a nivel global. En la región, la obesidad ha crecido de manera significativa, poniendo en riesgo la posibilidad de los niños, niñas y adolescentes de gozar plenamente de sus derechos. El aumento del consumo de alimentos altos en azúcar, grasas y sodio, y la disminución de la actividad física son los principales factores de riesgo de la obesidad (UNICEF, 2019).

Además, la obesidad tiene mayor prevalencia entre niñas, niños y adolescentes en situación de mayor vulnerabilidad socioeconómica. Según la Encuesta Mundial de Salud Escolar (EMSE) 2012, los adolescentes de entre 11 y 17 años presentaron una prevalencia de sobrepeso de 27,8%, mayor entre los varones (35%) respecto de las mujeres (21%), y una prevalencia de obesidad de 6,1%, mayor entre los varones respecto de las mujeres (8,9% vs 3,4%)⁷². Asimismo, el estudio *Brechas sociales de la obesidad en la niñez y adolescencia*, realizado por UNICEF junto a La Fundación Interamericana del Corazón, da cuenta de que los adolescentes de los sectores más vulnerables tienen 31% más probabilidades de ser obesos.

En línea con las recomendaciones de la OMS y la OPS, diversos países de Latinoamérica están adoptando medidas concretas para reducir el consumo de alimentos y bebidas altos en azúcar, grasas y sodio, y promover hábitos alimenticios saludables.

En la Argentina, el gobierno ha elaborado el Plan ASI (Alimentación Saludable en la Infancia) que está siendo implementado en algunas provincias. El objetivo del plan es favorecer la alimentación saludable y, en ese marco, incorporar el establecimiento de regulaciones vinculadas al etiquetado frontal, entornos escolares saludables y la regulación de la publicidad, entre otros. Además, la Secretaría de Salud está llevando a cabo reuniones intersectoriales para incentivar la reformulación voluntaria de productos industriales con el objetivo de reducir su contenido de nutrientes críticos.

El etiquetado frontal de alimentos se presenta como una de las políticas más prometedoras, dado que permite informar adecuadamente al consumidor sobre la presencia de nutrientes críticos, como azúcares, sodio y grasas, al mismo tiempo que preserva plenamente su libertad de elección. Asimismo, el etiquetado frontal incentiva a la industria de alimentos y bebidas a reformular sus productos para mejorar su perfil nutricional. Diversos países de la región, como Chile, el Perú y el Uruguay, han avanzado en este sentido, incorporando etiquetados de advertencia en los productos altos en nutrientes críticos.

Las empresas de alimentos y bebidas tienen grandes desafíos en torno a la comunicación de sus productos y a la información nutricional que proveen. Seis de cada 10 empresas producen o comercializan productos con azúcar.

Las empresas que efectivamente incluyen información nutricional sobre el contenido de azúcar de sus productos lo hacen en general con el formato de tabla nutricional (81%), con mensajes nutricionales (11%) y en formato Guía Diaria de Alimentación (GDA, 6%).

“Si bien se han ensayado múltiples formatos de etiquetado, los sistemas que han probado ser más efectivos para mejorar la elección de compra son aquellos que se ubican en el frente del envase, son sencillos, consistentes, no requieren habilidades matemáticas y son rápidamente interpretables. En este sentido, el formato de advertencia aparece como el más prometedor. Al ofrecer información sencilla, visible y fácilmente comprensible advierte con claridad cuáles son los alimentos que tienen exceso de nutrientes críticos (azúcar, grasas y sodio) y permite comprender rápidamente qué alimentos son perjudiciales para la salud. Además, habilita la toma de decisiones infor-

Casi 7 de cada 10 empresas de alimentos y bebidas comercializa productos altos en azúcar, grasas y sodio.

Entre las empresas cuyos productos contienen azúcar, 4 de cada 10 no incluyen en el etiquetado información nutricional sobre el contenido de azúcar.

⁷² <https://www.unicef.org/argentina/informes/brechas-sociales-de-la-obesidad-en-la-ni%C3%B1ez-y-adolescencia>.

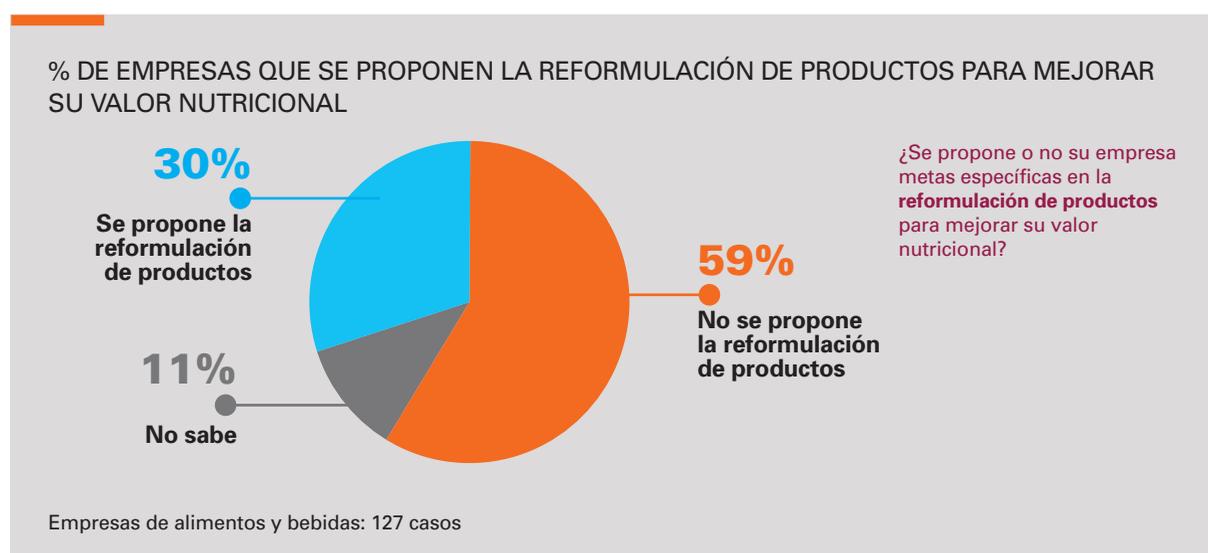
⁷³ *Estudio exploratorio sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida a niños en América Latina y el Caribe.* <https://www.unicef.org/lac/informes/estudio-sobre-la-promoción-y-publicidad-de-alimentos-y-bebidas-no-saludables-dirigida>.

madras que garanticen el ejercicio pleno del derecho a la información y la autonomía” (UNICEF, 2015)⁷³.

En contraposición, tanto la tabla nutricional como el formato GDA han demostrado ser de difícil comprensión y no ser útiles para informar adecuadamente a los consumidores. Del mismo modo, se ha demostrado que las declaraciones nutricionales confunden a los consumidores, quienes tienden a asociar las características positivas enumeradas en estas declaraciones y asimilarlas con una buena calidad nutricional general del producto, sin tomar en consideración, por ejemplo, la cantidad de nutrientes críticos no saludables que proporciona.

La evidencia muestra que el etiquetado frontal es una herramienta útil para informar a los consumidores en general y a las personas en situación de mayor vulnerabilidad en particular. Sin embargo, por sí solo no alcanza, sino que es necesario que “[s]e enmarque dentro de una política integral de prevención de la obesidad que contemple, entre otras cosas, [...] la restricción de la publicidad, promoción y patrocinio de alimentos de bajo valor nutricional; y políticas fiscales que generen los incentivos apropiados para fomentar la alimentación saludable” (UNICEF, 2019).

En este contexto, un tercio de las empresas de alimentos y bebidas se propone actualmente metas específicas en reformulación de productos para mejorar su valor nutricional.



Entre las empresas que efectivamente se proponen reformular algunos de sus productos, en general se menciona más de un aspecto en el que se está trabajando: disminución de azúcar (59%), eliminación de grasas trans (77%) y disminución de sodio (67%).

En cuanto al *marketing* para comunicar, existen diversas estrategias de la industria alimenticia que buscan generar asociaciones positivas de sus productos. Estas estrategias influyen en las preferencias de los consumidores y los patrones de consumo de niñas, niños y adolescentes, o sus madres, padres o cuidadores.

“El marketing de los alimentos ultraprocesados juega un rol preponderante en la construcción del entorno obesogénico, ya que está extensamente probado que la exposición a esas publicidades aumenta los niveles de ingesta de los niños y niñas, influye en sus decisiones de compra y la de sus familias y condiciona sus hábitos alimenticios” (UNICEF, 2019).

De acuerdo con el estudio *Publicidad de alimentos dirigida a niños y niñas en la TV Argentina* (2015) realizado por la Fundación Interamericana del Corazón, del total de publicidades relevadas y analizadas en el estudio, los alimentos son la segunda categoría de productos más publicitada (17%), apenas superada por los juguetes (20%).

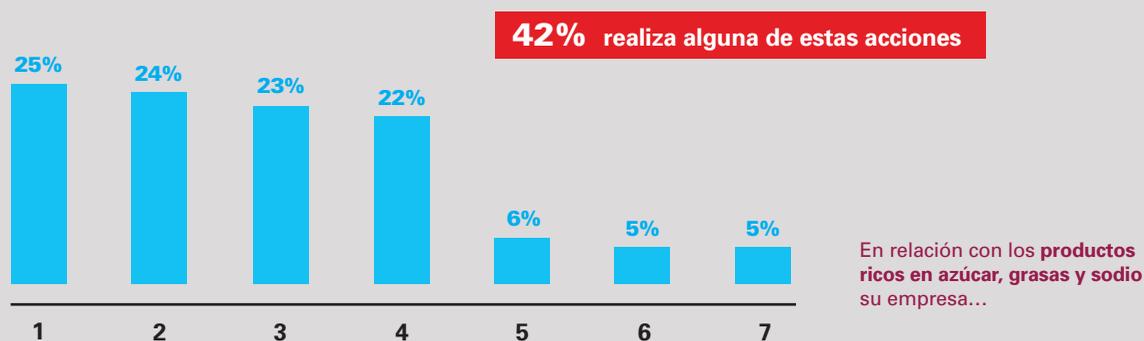
Del total de las publicidades de alimentos que se transmiten durante los programas infantiles, la mayoría de los alimentos (85%) tiene un bajo valor nutritivo según el modelo de perfil de nutrientes del sistema europeo por su alto contenido en grasas totales, grasas saturadas, grasas trans, azúcares libres, sal y calorías.

Los niños están expuestos, en promedio, a 61 publicidades de alimentos de bajo valor nutritivo por semana. A estas publicidades, se les suman diversas técnicas de *marketing* en los envases, esponsoreos y otras acciones que impactan en el desarrollo de la salud de los chicos.

De las empresas que comercializan alimentos altos en azúcar, grasas y sodio, un 42% realiza alguna acción de *marketing* dirigida directa o indirectamente a niñas, niños y adolescentes.

Por ejemplo, casi un cuarto de esas empresas patrocina o esponsorea eventos culturales, deportivos y otros, vende sus productos en kioscos escolares, utiliza leyendas nutricionales que resaltan propiedades saludables de los productos o asocia sus productos con sentimientos positivos como la diversión o la felicidad, entre otros.

% DE EMPRESAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE REALIZAN CADA UNA DE LAS ACCIONES TIPIFICADAS EN RELACIÓN CON LOS PRODUCTOS RICOS EN AZÚCAR, GRASAS Y SODIO



Empresas que comercializan productos ricos en azúcar, grasas y sodio: 85 casos

- 1 — Patrocina y/o esponsorea eventos culturales, deportivos, entre otros.
- 2 — Vende sus productos en kioscos escolares.
- 3 — Utiliza leyendas nutricionales que resaltan propiedades saludables.
- 4 — Asocia sus productos con sentimientos positivos como la diversión o la felicidad, entre otros.
- 5 — Usa niños o niñas en las campañas de *marketing* y publicidad.
- 6 — Realiza campañas de *marketing* en escuelas, áreas de juego donde se reúnen los niños y niñas.
- 7 — Usa en sus comunicaciones personajes animados, celebridades o regalos promocionales.

Por último, en relación específicamente a prácticas de *marketing* de empresas que comercializan productos sucedáneos de la leche materna, **un 17% declara respetar las recomendaciones del Código de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna.**

⁷⁴ En 2015 la OMS sugirió un modelo de perfil para su utilización en la Unión Europea, con el objetivo de establecer una normativa sobre publicidad de alimentos y bebidas. El modelo final establece diferentes umbrales de nutrientes para cada una de las 17 categorías de alimentos que fueron consideradas. Los nutrientes del sistema son: grasa total, azúcares totales, azúcares añadidos y sal. En algunas categorías también se incluyen las calorías totales. Como se trata de un sistema por categoría, en cada una se aplican los umbrales específicos, de manera de determinar los productos que se consideran más y menos saludables.

Clasificación de las empresas según su compromiso con los DD.HH. y los derechos del niño



OBJETIVOS DE HACER UNA CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS

La clasificación que sigue tiene como objetivo identificar diferentes grupos de empresas según su nivel de vinculación con los derechos de los niños, niñas y adolescentes, y describir las características específicas de cada grupo para diseñar estrategias pertinentes y efectivas.

Asimismo, sienta las bases para futuros monitoreos sobre la evolución de las empresas en relación con los derechos humanos y los derechos del niño.

CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS

Para realizar la clasificación, se seleccionó una serie de variables donde se identificaron diferencias importantes entre las empresas en cuanto a su nivel de compromiso con los derechos humanos, la comunidad con foco en niñas, niños y adolescentes, el medioambiente y las políticas en relación con sus empleadas y empleados.

Las 10 variables definidas como indicadores de compromiso son:

- **Cantidad de licencias** que ofrece u ofrecería.
- **Cantidad de beneficios** que ofrece a sus empleadas y empleados.
- **Oportunidades laborales** que brinda a jóvenes en situación de vulnerabilidad.
- Evaluaciones de **impacto medioambiental** que realiza de la empresa.
- Iniciativas de **responsabilidad corporativa** y respeto por los derechos humanos a las que adhiere.
- Políticas propias de **compromiso con los derechos humanos** con las que cuenta.
- **Cuestiones relativas a los derechos de niñas, niños y adolescentes** incorporadas en las políticas de derechos humanos, las declaraciones de valores empresariales, códigos de conducta o similares.
- **Canales de denuncia** existentes.
- **Cláusulas sobre trabajo infantil** con proveedores.
- **Acciones, apoya iniciativas u organizaciones sociales** en beneficio de los niños, niñas y adolescentes.

La clasificación de las empresas en 3 grupos se realizó tomando como criterio la cantidad de variables con signo positivo (ver Anexo, en la página 97 con el detalle de las preguntas):

A. EMPRESAS DE COMPROMISO ALTO

Son empresas que logran tener entre 10 y 6 de las variables definidas.

B. EMPRESAS DE COMPROMISO MEDIO

Son empresas que logran tener entre 5 y 3 de las variables definidas.

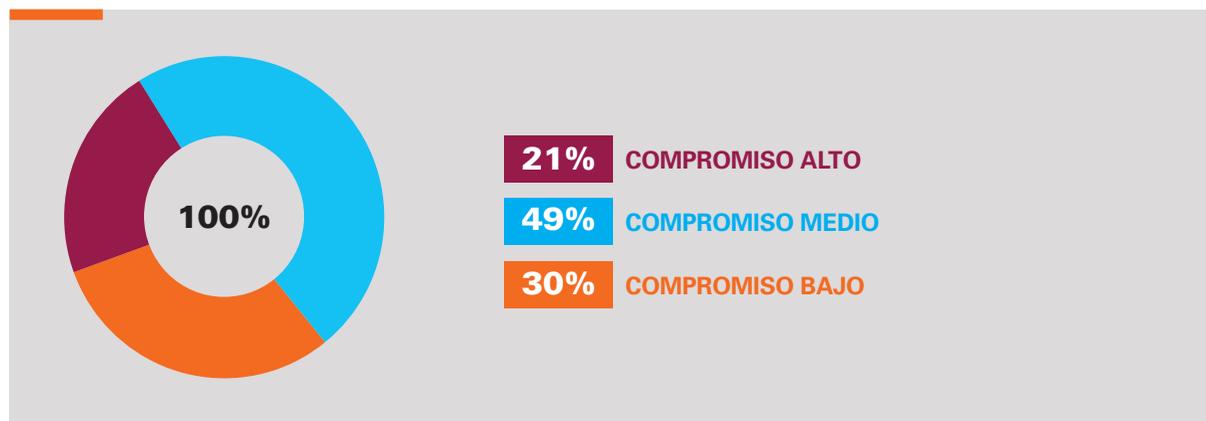
C. EMPRESAS DE COMPROMISO BAJO

Son empresas que logran tener hasta 2 de las variables definidas.

RESULTADOS DE LA CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS

Se identificaron 3 grupos de empresas de acuerdo con las acciones, iniciativas, compromisos asumidos y monitoreos que realizan en torno a los derechos humanos, y los derechos de niños, niñas y adolescentes.

Del total de las 710 empresas, un 21% resultó tener un **COMPROMISO ALTO**, 49% se encuentran con un **COMPROMISO MEDIO** y un 30% pertenecen al grupo con **COMPROMISO BAJO**.



EMPRESAS DE ALTO COMPROMISO – (21%)

El grupo de empresas de alto compromiso tiene una fuerte presencia de compañías medianas o grandes (74%) y es el que tiene mayor incidencia de certificaciones internacionales (casi 3 de cada 10).

A su vez, este grupo se destaca por la presencia de empresas (36%) que se encuentran dentro del rubro servicios como construcción, agua, gas y energía, salud, enseñanza, finanzas, entre otros. Casi 2 de cada 10 (17%) son empresas fabricantes de alimentos y bebidas, y 24% pertenecen al rubro comercio. En esta categoría, comparativamente con las otras dos, es donde hay menos presencia del sector de transporte y turismo.

Si bien la mayoría de las empresas tiene principalmente capitales nacionales, las empresas de este grupo son las que mayor presencia de capitales extranjeros o mixtos tienen.

EMPRESAS DE COMPROMISO MEDIO – (49%)

Casi la mitad de las empresas se encuentra en esta categoría, lo que indica que hay una oportunidad grande de seguir trabajando y fortaleciendo el compromiso en materia de derechos y protección de los niños, niñas y adolescentes.

Entre las empresas de compromiso medio, 6 de cada 10 son medianas o grandes (59%) mientras que 4 de cada 10 (41%) son empresas pequeñas y 2 de cada 10 (16%) cuentan con certificaciones o estándares internacionales.

En términos de rubros, al ser el sector más grande, tiene una distribución similar a la del total muestral, donde comercio (25%), otros servicios (29%) y transporte y turismo (17%) son los sectores de mayor peso.

El 95% de las empresas de este segmento tiene capitales nacionales.

EMPRESAS DE BAJO COMPROMISO – (30%)

Del total, 3 de cada 10 empresas presentan un bajo compromiso con los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

Este grupo se caracteriza por una alta presencia de empresas pequeñas (68%) y casi ninguna empresa grande (4%). Casi la totalidad cuenta con capitales nacionales (98%) y las certificaciones internacionales solamente alcanzan al 5% de las compañías.

Crece en este grupo el peso de las empresas del rubro comercio (36%) y transporte y turismo (19%).

A continuación, se analizarán las características de estos tres grupos de empresas y se especificarán las cuestiones donde hay claras diferencias entre ellos, ya que entendemos que esta información puede ser de utilidad para los distintos actores que quieran avanzar en esta temática.

1. Políticas de compromiso en las empresas con los DD.HH.

“La integración de las políticas de derechos humanos en toda la empresa es el principal problema para cumplir con la obligación empresarial de respetar esos derechos. Como sucede con los Estados, en la empresa las consideraciones relativas a los derechos humanos frecuentemente se toman de forma aislada. Esto puede conducir a medidas incongruentes, incompatibles o contradictorias. Los diseñadores de productos pueden no tener en cuenta las consecuencias para los derechos humanos; los departamentos de ventas o de compras pueden no conocer los riesgos de entablar relaciones con determinadas partes; y el grupo de presión de la empresa puede ir en contra de los compromisos asumidos en materia de derechos humanos. El liderazgo desde arriba es esencial para infundir el respeto de los derechos humanos en toda la empresa, como sucede con la formación del personal para garantizar la congruencia, así como la capacidad para responder debidamente cuando surgen situaciones imprevistas” (J. RUGGIE, 2008)⁷⁵.

En este sentido, las empresas de ALTO COMPROMISO llevan la delantera en tanto que casi 9 de cada 10 (86%) cuentan con políticas de compromiso en materia de derechos humanos, un 42% adhiere a alguna iniciativa nacional o internacional de responsabilidad corporativa relacionada con estos temas y esa misma proporción ha incorporado cuestiones relativas a los derechos de niñas, niños y adolescentes en su política de derechos humanos, sus declaraciones de valores empresariales, códigos de conducta o similares.

Esta base tiene una presencia mucho más débil entre las empresas de COMPROMISO MEDIO donde un 65% tiene políticas propias de respeto y solo 1 de cada 10 ha incorporado cuestiones relativas a los derechos de niñas, niños y adolescentes en sus políticas corporativas o adhiere a iniciativas de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos.

Finalmente, entre las empresas de COMPROMISO BAJO un 38% cuenta con políticas propias y ninguna adhiere a las iniciativas mencionadas o ha incorporado elementos vinculados a los derechos de niñas, niños y adolescentes en las políticas de la empresa.

⁷⁵ Guía de derechos humanos para empresas Proteger, Respetar y Remediar: Todos Ganamos. https://pactoglobal.org.ar/wp-content/uploads/2015/02/Gu-a_Empresas-y-Derechos-Humanos.pdf.

2. El derecho al cuidado en las políticas de las empresas

El compromiso de las empresas con los derechos de los niños, niñas y adolescentes se ve reflejado también en los beneficios ofrecidos y en el respeto a los derechos de los empleados y empleadas de contar con tiempo y recursos suficientes para conciliar de la mejor forma posible la vida y responsabilidades familiares con la actividad laboral.

Haciendo foco en los beneficios ofrecidos, se observa un claro corte entre las empresas de ALTO-MEDIO COMPROMISO en comparación con las de COMPROMISO BAJO.

Entre las primeras (ALTO y MEDIO COMPROMISO) casi 8 de cada 10 ofrecen la reducción horaria por lactancia materna y, si bien existen algunas diferencias entre las otras dos categorías (ALTO y MEDIO), al menos 7 de cada 10 tienen beneficios como la flexibilidad horaria, tanto para madres como para padres, para asistir a controles médicos durante el embarazo u otros temas vinculados a la paternidad y maternidad (actividades relacionadas con la escuela, controles médicos, entre otros).

Por otro lado, entre las empresas de BAJO COMPROMISO, la reducción horaria por lactancia materna es respetada en 4 de cada 10 casos, dejando de lado lo que dicta la legislación. Además, los beneficios vinculados con flexibilización horaria (por controles en el embarazo o por temas relacionados con la maternidad o paternidad) alcanzan a un cuarto de las empresas y la flexibilidad horaria para madres y padres con el fin de asistir a controles médicos durante el embarazo se ofrece en un tercio de ellas.

Como ya vimos en el informe, la desigualdad de género en cuanto a inserción laboral y el nivel de puestos ocupados todavía es significativa, y es un tema que atraviesa a todas las empresas sin diferencias marcadas entre los grupos.

La presencia de empleadas, con algunas diferencias, es baja en las empresas de los tres grupos de compromiso: en las de COMPROMISO ALTO un 45% de las empresas tiene baja presencia de mujeres, en las de COMPROMISO MEDIO, un 41%, y en las de COMPROMISO BAJO, un 58%.

Sumado a esto, la discriminación de género asociada a los puestos de trabajo ocupados (jerárquicos o no jerárquicos) por hombres y mujeres queda en evidencia en todas las empresas sin importar su compromiso con los derechos humanos y los de los niños y niñas en particular.

En empresas con ALTO COMPROMISO un 21% no tiene mujeres en puestos jerárquicos. El panorama se acentúa entre las empresas de COMPROMISO MEDIO y BAJO, donde 31% y 37%, respectivamente, no tienen mujeres en puestos de decisión.

Vinculado con la inequidad de género y la falta de recursos y beneficios que ayuden a fomentar la coparentalidad, la ausencia de lactarios en las empresas y de espacios de cuidado para niños, nuevamente está presente en todo el rango de compromiso: hay lactarios en 1 de cada 10 empresas de ALTO y MEDIO COMPROMISO, mientras la presencia de espacios de cuidado para niños muestra porcentajes aún menores.

3. Protección integral de niñas, niños y adolescentes, y su preparación para la vida adulta

A pesar de que el trabajo infantil está prohibido en todas sus formas, las empresas aún tienen un nivel alto de desconocimiento de la Ley de Prohibición del Trabajo Infantil y Protección del Trabajo Adolescente, sobre todo en el caso de las empresas de BAJO COMPROMISO (60%).

Inclusive entre las empresas de ALTO COMPROMISO hay un 23% que desconoce en detalle la ley y un 18% que considera que no es posible aplicarla.

En este sentido, un 14% de las empresas de ALTO COMPROMISO tiene en los contratos con sus proveedores cláusulas relacionadas con la prohibición del trabajo infantil, que no existen en ninguna de las empresas de MEDIO o BAJO COMPROMISO.

Por otra parte, 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 (UNICEF, 2017).

Las empresas de ALTO COMPROMISO tienen en su gran mayoría (72%) iniciativas que les permiten brindar oportunidades laborales a jóvenes en situación de vulnerabilidad y además un 42% lo acompaña con incentivos o estímulos para que estos jóvenes continúen con sus estudios.

En las empresas de COMPROMISO MEDIO, un 35% ofrece oportunidades laborales a jóvenes en situación vulnerable, mientras que entre las de BAJO COMPROMISO este porcentaje desciende a 7%.

4. Productos y servicios adecuados y seguros

Las empresas de COMPROMISO ALTO son las que en mayor medida tienen productos o servicios que son consumidos por niñas, niños y adolescentes. En este grupo, un 26% cumple con alguna normativa sobre su protección y un 30% desconoce si hay alguna normativa específica que deba cumplir.

Entre las de COMPROMISO MEDIO, el 8% declara cumplir con alguna normativa y un 32% desconoce la existencia de normativas. Entre las de BAJO COMPROMISO ninguna de las empresas declara cumplir con normas específicas.

La medición del impacto ambiental generado por las empresas es otra medida tendiente a proteger los derechos humanos. En este punto, se observan importantes diferencias entre las categorías identificadas donde las empresas más comprometidas tienen en marcha programas de evaluación del impacto ambiental que genera la empresa en un 76% de los casos mientras que entre las de COMPROMISO MEDIO esto está presente en un 34% y en las de BAJO COMPROMISO, en un 14%.

Sin embargo, si hacemos foco en la evaluación del impacto ambiental en niños, niñas y adolescentes por separado, como grupo específico, la presencia de este tipo de evaluaciones decrece significativamente.

En este sentido, el 20% de las empresas de ALTO COMPROMISO analiza el impacto ambiental en esta población específica, mientras que un 4% lo hace entre las de COMPROMISO MEDIO y no se analiza a los niños en particular en las de BAJO COMPROMISO.

5. Comunicacional, publicidad y marketing

En casi su totalidad, las empresas de los diferentes niveles de compromiso aseguran que los valores transmitidos están acordes con los derechos de la infancia (por ejemplo, que eviten mensajes discriminatorios o que los sitúen en situaciones peligrosas, los inciten a cometer acciones de riesgo o actos de contravención, que promuevan estereotipos físicos, de género o que vayan en detrimento de buenos hábitos alimenticios).

Casi la mitad de las empresas que dirigen sus comunicaciones a niñas, niños y adolescentes, sin diferencia por nivel de compromiso, cuenta con una política específica o adhiere a iniciativas de autorregulación de la comunicación.

Entre las empresas fabricantes de alimentos y bebidas que contienen altos contenidos de azúcar, las de ALTO COMPROMISO incluyen en un 83% información nutricional sobre el contenido de azúcar de sus productos, mientras que entre las de COMPROMISO MEDIO lo hace un 68% y en las de BAJO COMPROMISO, un 33%.

Curiosamente, entre las empresas de alimentos y bebidas, aquellas con ALTO COMPROMISO son las que en mayor medida realizan actividades de *marketing* como campañas en escuelas, áreas de juego y otros lugares donde se reúnen los niños, venta de productos en kioscos escolares, patrocinio o esponsorio en eventos culturales, deportivos, entre otros, y además incorporan a niñas y niños en las campañas de *marketing* y publicidad.

6. Inversión social privada en infancia (ISP-I)

Cuando la ISP en infancia cuenta con un enfoque de derechos, resulta estratégica para el sector privado por ser una inversión con impacto en el bienestar de los niños y niñas que contribuyen significativamente al desarrollo de toda la sociedad (UNICEF, 2017).

El 80% de las empresas de COMPROMISO ALTO realizan ISP-I, mientras que el 33% de las empresas con COMPROMISO MEDIO la hace, y en el caso de las de COMPROMISO BAJO, solo la hace el 6%.

Sin embargo, entre las empresas de ALTO COMPROMISO existe un desafío en la medición de los resultados y del impacto de sus iniciativas: un 25% de las empresas que realiza ISP actualmente tiene en marcha programas de monitoreo y evaluación sobre la situación de los niños, niñas, adolescentes y las mujeres.

A modo de cierre

El estudio plantea que las empresas en la Argentina se pueden distribuir en diferentes grupos en función de su grado de compromiso con los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Un 21% cuenta con un COMPROMISO ALTO, un 49% se encuentra en el nivel MEDIO y el 30% tiene un COMPROMISO BAJO.

Cada uno de estos grupos tiene desafíos propios que van desde el cumplimiento de la normativa vigente hasta otras cuestiones no legisladas que tienen impacto en la infancia.

De esta manera, hay evidencia de que las empresas con **BAJO COMPROMISO** no conocen la normativa vigente o no saben si se cumple dentro de sus organizaciones. En esos casos, comunicar y sensibilizar a través de plataformas, asociaciones, cámaras, medios de comunicación, líderes de opinión, entre otros, son estrategias para generar cambios positivos en su compromiso.

Asimismo, será preciso identificar las barreras que este grupo de empresas encuentra para cumplir con las normativas, así como también reforzar los incentivos para que lo hagan. Ese será un primer paso para, luego, fortalecer la promoción de derechos más allá de la legislación. Para influir sobre este cambio de comportamiento, se podrán desarrollar campañas de comunicación específicas, estrategias de abogacía y *lobby*, mejoras en la normativa y sus mecanismos de control, entre otros.

Entre las empresas de **COMPROMISO MEDIO** que conocen, pero no cumplen con la normativa, se encuentra un grupo que no sabe cómo hacerlo o no cuenta con las herramientas adecuadas. Quienes quieran apoyarlas podrán promover la generación de capacidades a través de instancias de formación, fortalecimiento y asistencia técnica, tanto a empresas como a actores de segundo nivel y a instituciones del sector público y la sociedad civil.

Las empresas de **COMPROMISO ALTO** que conocen la normativa y la cumplen podrán ser aliados clave que se constituyan en modelos a seguir, faciliten el camino y contribuyan a incentivar mejores prácticas en el resto del sector privado.



Anexo metodológico de la definición de los grupos

La clasificación de las empresas en 3 grupos se realizó tomando como criterio la cantidad de variables con signo positivo (código 1). Es decir, cada grupo se define en función de la cantidad de acciones, beneficios, políticas que las empresas señalan realizar, poseer o adherirse a.

■ EMPRESAS DE COMPROMISO ALTO

Son aquellas que logran tener entre 10 y 6 de las variables definidas (10-6 variables con código 1).

■ EMPRESAS DE COMPROMISO MEDIO

Son aquellas que logran tener entre 5 y 3 de las variables definidas (5-3 variables con código 1).

■ EMPRESAS DE COMPROMISO BAJO

Son aquellas que logran tener hasta 2 de las variables definidas (2-0 variables con código 1).

VARIABLES/PREGUNTAS UTILIZADAS

Se seleccionaron 10 preguntas/variables, entre las que había variables dicotómicas y variables múltiples/no dicotómicas. Para estas últimas, se definieron ciertos valores para dicotomizarlas (detallados más adelante).

1. VARIABLES DICOTÓMICAS: P20, P25, P27, P30 Y P55

P20. ¿Su empresa **brinda oportunidades laborales** a jóvenes en situación de vulnerabilidad (adolescentes que egresan de hogares, jóvenes con discapacidad, jóvenes en situación de vulnerabilidad socioeconómica, entre otros)?

1	Sí
2	No

P25. ¿Realiza **evaluaciones del impacto ambiental** que genera su empresa?

1	Sí
2	No
3	No sabe

P27. ¿Su empresa tiene o no **políticas de compromiso** en materia de **derechos humanos**⁷⁴?

1	Sí
2	No

P30. ¿Su empresa ha incorporado **cuestiones relativas a los derechos de niñas, niños y adolescentes** en su política de derechos humanos, sus declaraciones de valores empresariales, códigos de conducta o similares?

1	Sí
2	No
3	No sabe

P55. ¿Su empresa realiza **acciones, apoya iniciativas u organizaciones sociales** en beneficio de los niños, niñas y/o adolescentes?

1	Sí → Pasa a pregunta 56
2	No → Pasa a pregunta 63

VARIABLES QUE NO SON DICOTÓMICAS Y QUE FUERON DICOTOMIZADAS DEFINIENDO LOS SIGUIENTES VALORES:

- **P15 + 15a.** Si tiene 3 o más licencias = 1, si tiene menos = 0
- **P16.** Si tiene 3 o más beneficios = 1, si tiene menos = 0
- **P26/12.** Si menciona al menos 1 = 1, si no menciona ninguno = 0
- **P32.** Si menciona alguna opción con código 1 = 1, si no menciona ninguna = 0
- **P35.** Código 1 = 1, resto de códigos = 0

⁷⁴ Nota aclaratoria incluida en la encuesta: Según la Organización de las Naciones Unidas los derechos humanos son derechos inherentes a toda persona, sin distinción alguna de raza, sexo, nacionalidad, origen étnico, lengua, religión o cualquier otra condición. Entre los derechos humanos se incluyen el derecho a la libertad; a no estar sometido ni a esclavitud ni a torturas; a la salud, a la libertad de opinión y de expresión; a la educación y al trabajo, entre otros muchos. Estos derechos corresponden a todas las personas, sin discriminación alguna.

P15. ¿Cuáles de las siguientes licencias ofrece en la actualidad la empresa a sus empleadas y empleados?
P15a. Independientemente de las licencias que ya ofrece la empresa, ¿cuáles de las siguientes licencias PODRÍA LLEGAR A OFRECER, llegado el caso, la empresa a sus empleadas y empleados?

	P15	P15A
Licencia por maternidad extendida en caso de que el hijo nazca con síndrome de Down	1	1
Licencia por maternidad extendida , en casos que requieran especial atención (otra discapacidad, prematuridad, afección a la salud, partos múltiples, entre otros)	2	2
Licencia por maternidad en caso de adopción	3	3
Licencia por tratamientos de fertilización asistida	4	4
Licencia por paternidad extendida en caso de que el hijo nazca con síndrome de Down	5	5
Licencia por paternidad extendida , en casos que requieran especial atención (otra discapacidad, prematuridad, afección a la salud, partos múltiples, entre otros)	6	6
Licencia por paternidad en caso de adopción	7	7
Licencia por maternidad que responda a cuidador primario y secundario en parejas del mismo sexo, independientemente de quién haya sido la gestante	8	8
Licencia por maternidad que responda a cuidador primario y secundario en parejas del mismo sexo en casos de adopción	9	9
Licencia por paternidad que responda a cuidador primario y secundario en parejas del mismo sexo en casos de adopción	10	10
Licencia por violencia de género	11	11
Otras. Especificar cuáles.	12	12
Ninguno de estas	13	13

P16. ¿Cuáles de los siguientes **beneficios** ofrece la empresa a los empleados y empleadas?

1	Flexibilidad horaria tanto para madres y padres para asistir a controles médicos durante el embarazo
2	Reducción del horario laboral por lactancia materna
3	Espacio de lactario dentro de la empresa

4	Reducción de jornada laboral por cuidado de niños pequeños (conocido como <i>softlanding</i>)
5	Horario flexible en temas vinculados a la paternidad/maternidad (actividades vinculadas a la escuela, controles médicos, entre otros)
6	Teletrabajo (posibilidad de trabajo desde la casa)
7	Programas de apoyo escolar (por ejemplo, útiles, materiales, prima por hijo, apoyo económico)
8	Programas de orientación a empleadas y empleados sobre temas de cuidados en el nacimiento, cuidados a la mujer embarazadas, crianza sin violencia, salud, entre otros
9	Acceso a espacios de cuidado (jardín maternal u otros) en la empresa, otorgando un adicional de dinero o a través de un convenio con otra institución
10	Otros → ¿Cuáles? Especificar
11	Ninguno de estos

P26/12. ¿Se ha comprometido su empresa con alguna de las siguientes iniciativas de responsabilidad corporativa y respeto por los derechos humanos?

1	Pacto Global de las Naciones Unidas
2	Principios Empresariales y Derechos del Niño
3	ISO 26000
4	Código de Conducta para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes en Viajes y Turismo.
5	Código de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna
6	Código de Autorregulación Publicitaria (CONARP)
7	Iniciativa de Comercio Ético (ETI)
8	Asociación de Trabajo Justo (FLA)
9	Principios de Empoderamiento de las Mujeres (WEP, ONU Mujeres)
10	Guía de Derechos Humanos para Empresas. "Proteger, Respetar y Remediar: Todos Ganamos" (PNUD)
11	Otra → ¿Cuáles? Especificar
12	Ninguna

P32. ¿Su empresa cuenta con **canales de denuncia, reporte y/o respuesta** para algunos de los siguientes casos?

		Sí	No	No aplica
1	Casos de trabajo infantil en mis operaciones	1	2	3
2	Casos de trabajo infantil en las operaciones de mis proveedores, distribuidores y comercializadores	1	2	3
3	Casos de violencia, explotación o abuso en mis operaciones <i>“Como, por ejemplo, recibir tratos denigrantes, abusos verbales, difusión de rumores agraviantes acerca de su intimidad, sometimiento a burlas o gritos desmesurados, violencia de género, acoso psicológico, moral y sexual que puede provenir de niveles jerárquicos superiores, del mismo rango o inferiores, entre otros.”</i>	1	2	3
4	Violación de derechos laborales de jóvenes trabajadores en mis operaciones <i>“Como, por ejemplo, tener un solo día de descanso, no dotarlos de equipo de seguridad para realizar sus tareas, obligarlos a firmar renunciaciones en blanco, hacerlos trabajar más horas de las convenidas, trabajar en días festivos y no ser remunerados, entre otros.”</i>	1	2	3
5	Violación de derechos laborales de jóvenes trabajadores en las operaciones de mis proveedores, distribuidores y comercializadores. <i>“Como, por ejemplo, tener un solo día de descanso, no dotarlos de equipo de seguridad para realizar sus tareas, obligarlos a firmar renunciaciones en blanco, hacerlos trabajar más horas de las convenidas, trabajar en días festivos y no ser remunerados, entre otros.”</i>	1	2	3
6	Riesgos hacia niñas, niños y adolescentes derivados del uso de los productos o servicios de mi empresa	1	2	3

P35. ¿Su empresa ha incorporado en los contratos con sus proveedores **cláusulas relacionadas a la prohibición del trabajo infantil**?

1	Sí, hay cláusulas incorporadas específicamente sobre trabajo infantil
2	No, no hay cláusulas incorporadas específicamente
3	No aplica para mi empresa por el tipo de trabajo que hacemos
4	No sabe



Anexo metodológico

I. METODOLOGÍA

Estudio cuantitativo fundado en la implementación de una encuesta de abordaje mixto, basada en la técnica de entrevistas *online* autoadministradas combinada con encuestas telefónicas a través de un operador con cita previa, según la preferencia, conveniencia y agenda de los entrevistados. Dado el *target*, fue importante contar tanto con una alternativa *online* así como con una alternativa telefónica, de acuerdo a la preferencia del entrevistado, para lograr la mayor cantidad de respuestas.

II. UNIVERSO

El universo teórico de la muestra fueron las empresas activas en la Argentina.

El universo empírico fue constituido por una muestra de empresas estadísticamente representativa a nivel nacional, seleccionadas mediante un sorteo aleatorio considerando los criterios de estratificación preestablecidos (tamaño y sector o industria).

Se conformó una base de datos con las vías de contacto de empresas pequeñas, medianas y grandes, que fue generada a través de la compilación de información provista por diferentes organismos nacionales y privados y que contempló los criterios de estratificación propios del universo teórico.

Adicionalmente, se definieron posibles reemplazos para aquellas unidades que no pudieran ser captadas. Mientras la unidad de análisis fue la empresa, la unidad de observación, es decir, el respondiente, fue un informante clave de esta, entendiéndose por tal al funcionario designado por la empresa para responder el cuestionario por reunir el perfil laboral adecuado.

El 43% de los entrevistados fueron dueños, socios, presidentes, directores o similares; el 35%, gerentes, jefes, coordinadores o similares, y el 22%, analistas de diferentes áreas.

III. TAMAÑO DE LA MUESTRA

La muestra final quedó conformada por 710 casos, segmentados por tamaño de la empresa y sector o industria.

Se contactaron 8.648 empresas con una tasa de respuesta del 8%.

IV. PONDERACIÓN

Para armar la ponderación y construir el universo, se consideraron datos de la Secretaría de la Transformación Productiva sobre la base de registros administrativos del Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA) y la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), del Total de empresas empleadoras privadas según tamaño (tramo de ocupados registrados), actividad (nivel letra) y provincia. Año 2017.

La ponderación considera dos variables: TAMAÑO (pequeñas, de 10 a 19 empleados; medianas, de 20 a 99 empleados, y grandes, de 100 empleados y más) y RAMA DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA (manufacturas, comercio, transporte y turismo, TIC y otros servicios).

El ponderador se calculó como un cociente entre los valores esperados y obtenidos para cada tamaño y rama de actividad.

V. INSTRUMENTO

El cuestionario fue diseñado de común acuerdo con el equipo de UNICEF a cargo de este proyecto, considerando los principales temas que conforman la agenda de UNICEF hacia el sector privado.

La duración promedio del cuestionario fue de 20 minutos. En el mismo se incluyeron preguntas cerradas precodificadas, que permitieron una adecuada sistematización de los datos, y preguntas abiertas, que permitieron profundizar en algunos temas.

VI. CAPTACIÓN, RECOLECCIÓN DE DATOS Y SUPERVISIÓN

Se diseñó una estrategia de captación y reclutamiento que abordó a los posibles entrevistados vía *email* con una carta de invitación firmada por UNICEF que presentaba los objetivos de la investigación, la importancia de su participación y la posibilidad de contestar la encuesta de manera *online* o telefónica. A este primer acercamiento, le siguieron otros contactos vía *email* y por teléfono para concretar la ejecución de la encuesta.

Las entrevistas telefónicas fueron realizadas por un equipo de encuestadores telefónicos, especialmente capacitado para esta investigación. Se supervisó el 18% del campo, seleccionando aleatoriamente material del 100% de los encuestadores que participaron en la encuesta.

VII. FECHA DE TRABAJO DE CAMPO

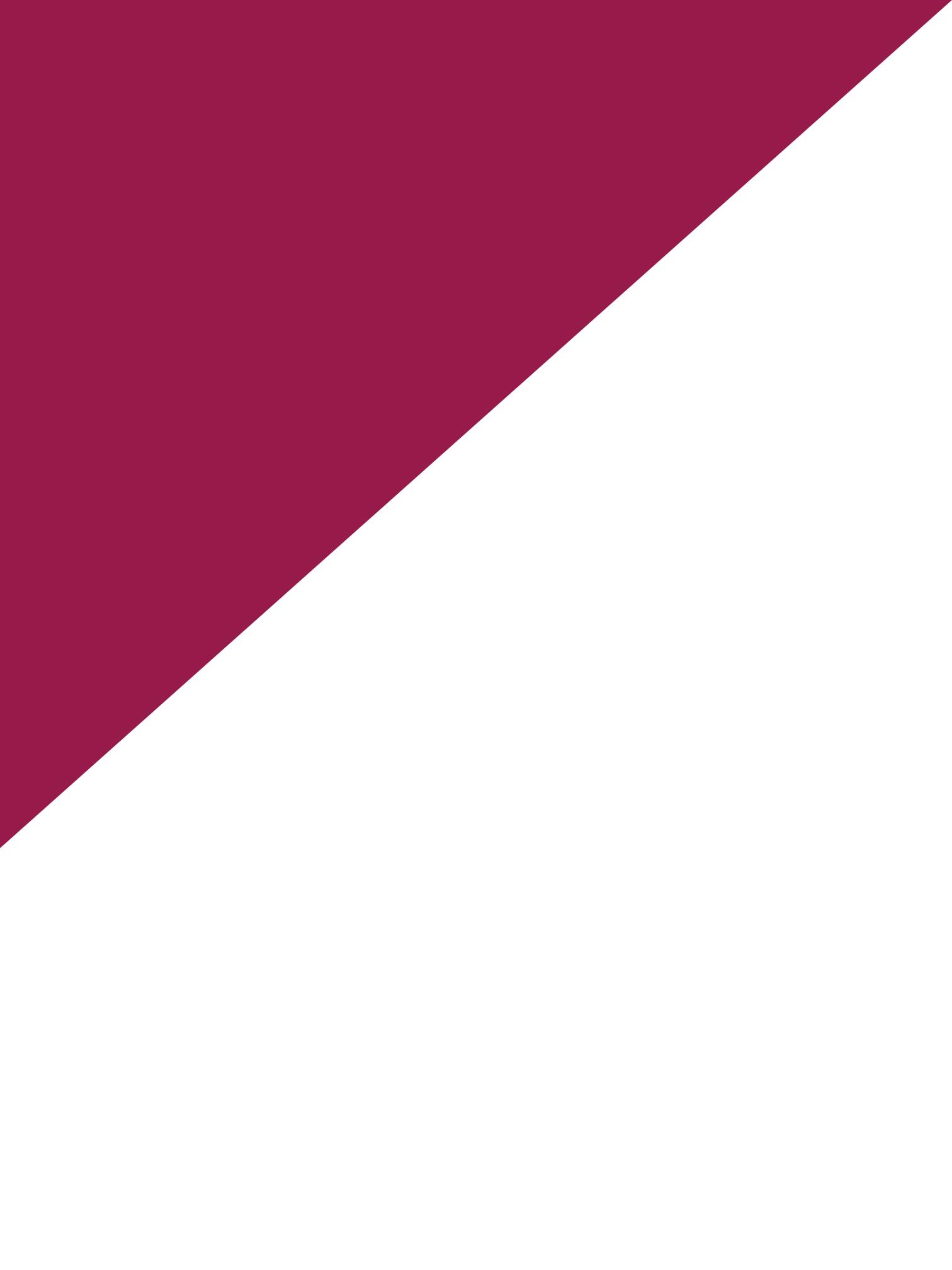
El trabajo de campo se realizó entre el 27 de agosto y el 7 de diciembre de 2018.



Referencias y bibliografía

- Banco Mundial y Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (2008). *Aportes a una nueva visión de la informalidad laboral en la Argentina*. Disponible en http://www.trabajo.gov.ar/downloads/biblioteca_libros/aportes_a_una_vision_de_la_informalidad_laboral.pdf.
- Comité de Derechos del Niño (2012). *General Comment by the UN Committee on the Rights of the Child regarding Child Rights and the Business Sector*. First Draft.
- Florito, J. *La Argentina es el país con mayor desempleo juvenil de la región*. Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC). Disponible en <https://www.cippec.org/textual/la-argentina-es-el-pais-con-mayor-desempleo-juvenil-de-la-region/>.
- Grupo del Banco Mundial (2018). *Enterprise Surveys*. Disponible en <http://espanol.enterprisesurveys.org/data/exploreconomies/2017/argentina?topic=gender>.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) (2010). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) (2018). *Registro Único de Casos de Violencia contra las Mujeres* (RUCVM). Resultados estadísticos 2013-2017.
- IPNA y UNICEF (2012). *Manual de Fortalecimiento Comunitario Guía de información y recursos para la defensa de los Derechos de las Personas con Discapacidad*. Argentina.
- Liga de la Leche Argentina y VOICES! (2018). Encuesta Nacional de Lactancia y Trabajo. Disponible en <https://docs.google.com/>.
- Ministerio de Producción y Trabajo (2017). Encuesta de actividades de niñas, niños y adolescentes (EANNA).
- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (2017). *Las mujeres en el mundo del trabajo*.
- Naciones Unidas y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2015). Objetivos de desarrollo sostenible. Disponible en <http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) Mujeres (2018). *UN – Women Annual Report 2017-2018*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). *Indicadores de Cultura para el Desarrollo. Igualdad de género*. Disponible en <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Igualdad%20de%20genero.pdf>.
- Organización Internacional del trabajo (OIT) (2016). *Las mujeres en el trabajo*. Resumen Ejecutivo.
- Organización Internacional de Trabajo (OIT) (2017). *Panorama Laboral 2017 de América Latina y el Caribe*. Disponible en https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_613957.pdf.
- Organización Mundial de la Salud (OMS) (2016). *La OMS señala que las embarazadas deben poder tener acceso a una atención adecuada en el momento adecuado*. Disponible en <https://www.who.int/es/news-room/detail/07-11-2016-pregnant-women-must-be-able-to-access-the-right-care-at-the-right-time-says-who>.
- Organización Panamericana de la Salud (OPS) (1999). *Impacto del ambiente sobre la salud infantil*.

- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), United Nations Global Compact y Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales (2018). *Informe contribución de las empresas argentinas adheridas al pacto global a los objetivos de desarrollo sostenible: evidencias a 3 años de la aprobación de la agenda.*
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) Argentina. *Desafíos para la Igualdad de Género en Argentina. Estrategia del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.*
- Ruggie, J. (2010). Informe del Representante Especial del Secretario General sobre la cuestión de los derechos humanos y las empresas transnacionales y otras empresas comerciales. En Ruggie, J. *Empresa de derechos humanos: nuevas medidas para la puesta en práctica del marco "proteger, respetar y remediar"*.
- Save the Children y UNICEF (2013). *Children's rights in policies and codes of conduct a tool for companies.*
- The Danish Institute for Human Rights y UNICEF. *Los derechos del niño en evaluaciones de impacto. Una guía para integrar los derechos del niño en las evaluaciones de impacto y actuar a favor de la infancia.*
- UNICEF (2012). *Cuadernos para la acción: Inversión social privada en infancia. Buenos Aires.*
- UNICEF (2013). *El desarrollo sostenible empieza con unos niños seguros, sanos y bien instruidos.*
- UNICEF (2013). Los niños son asunto de todos. *Manual de Trabajo 2.0, Guía para integrar los derechos del niño en políticas corporativas, evaluaciones de impacto e informes de sostenibilidad.* Disponible en https://www.unicef.org/csr/css/Children_Are_Everyones_Business_Workbook_2.0_Spanish_Version.pdf.
- UNICEF (2016). *Kids online chic@s conectados. Investigación sobre percepciones y hábitos de niños, niñas y adolescentes en internet y redes sociales.*
- UNICEF (2017). *Empresas e Infancia 2020. Construcción de una agenda común para promover y respetar los derechos de los niños, niñas y adolescentes.*
- UNICEF (2019). *Obesidad: una cuestión de derechos de niños, niñas y adolescentes.* Disponible en <https://www.unicef.org/argentina/media/4996/file/Obesidad,%20una%20cuesti%C3%B3n%20de%20derechos.pdf>.
- UNICEF y Fundación Interamericana del Corazón (2016). *Brechas sociales de la obesidad en la niñez y adolescencia. Análisis de la Encuesta Mundial de Salud Escolar (EMSE)*
- UNICEF, Save the Children y Fundación Arcor (2012). *Situación de la RSE y la Infancia en Argentina.*
- UNICEF, Save the Children y UN Global Impact (2013). *Los derechos del niño y principios empresariales.*
- UNICEF. *ODS e Infancia. ¿Qué puede hacer tu empresa?*
- United Nations Global Compact (2018). *Pacto Mundial de Naciones Unidas. Una llamada a la acción para empresas sostenibles.*



Leyes y normativas

- The Business Social Compliance Initiative (BSCI) (2013). *Annual Report 2013*.
- Consejo de Autorregulación Publicitaria (CONARP) (2015). *Código de ética y autorregulación publicitaria*. Disponible en <http://www.conarp.org.ar/docs/conarp-codigoeticaautorregulacionpublicitaria.pdf>.
- Decreto de Rotulado Frontal Uruguay (2018). Disponible en https://medios.presidencia.gub.uy/legal/2018/decretos/08/cons_min_705.pdf.
- Ethical Trading Initiative (ETI). El Código Básico Iniciativa de Comercio Ético.
- ISO (2010): Norma ISO 26000. Descubriendo la norma ISO 26000.
- ISO (2015): Norma ISO 14000. Gestión Ambiental y de la Energía. Disponible en <https://www.isotools.org/normas/medio-ambiente/iso-14001/>.
- Ley 471. Ley de Relaciones Laborales en la Administración Pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Ley 5623 de Fertilización Asistida. Disponible en <http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley5623.html>.
- Ley 14893 de Violencia de Género. Disponible en <http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/l-14893.html>.
- Ley 20.744 Régimen de Contrato de trabajo. Disponible en <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/25000-29999/25552/texact.htm>.
- Ley 21.824 Modifica Régimen de Contrato de Trabajo – Maternidad. Disponible en <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/75000-79999/77209/norma.htm>.
- Ley 22.431 Sistema de Protección Integral de las Personas Discapacitadas. Disponible en <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=20620>.
- Ley 24.714 Régimen de asignaciones familiares. Disponible en <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/35000-39999/39880/texact.htm>.
- Ley 24.716 Modifica Régimen de Contrato de Trabajo - Licencias de madres con hijos con Síndrome de Down. Disponible en <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/35000-39999/39995/norma.htm>.
- Ley 26.206 Ley Nacional de Educación. Disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/120000-124999/123542/norma.htm>.
- Ley 26.390 Prohibición del trabajo infantil y Protección del trabajo adolescente. Disponible en http://www.trabajo.gov.ar/downloads/legislacion_ley/ley26390.pdf.
- Ley de Etiquetado y Publicidad de Alimentos Chile (2016). Disponible en https://www.desarrollando-ideas.com/wp-content/uploads/sites/5/2016/05/160504_DI_informe_alimentacion_chile_ESP.pdf.

