Derechos del niño > LA INFANCIA EN EL URUGUAY Y LOS PRINCIPIOS EMPRESARIALES

¿Qué hacen las empresas por los niños en Uruguay?

» El pasado 8 de diciembre, Deloitte y Unicef organizaron un desayuno de trabajo sobre los derechos de los niños y los principios empresariales. El evento contó con más de 50 participantes que presenciaron las exposiciones de Gustavo de Armas, especialista en política social de Unicef Uruguay, Karla Correa, especialista en alianzas corporativas y RSE de Unicef Brasil, y Mariella de Aurrecoechea, socia de Deloitte Uruguay.

La primera intervención a cargo del politólogo y sociólogo Gustavo de Armas, se centró en la situación actual de la infancia en Uruguay y la importancia que tiene esta etapa en la vida de las personas. Además, partió de la base de que si bien Uruguay ha logrado una importante reducción de la pobreza general, así como de la pobreza infantil durante los últimos años, todavía existen inequidades que concentran la pobreza en la infancia.

Mientras que los niños, niñas y adolescentes representan poco más de una cuarta parte de la población del país, los más pobres son casi la mitad de todas las personas en situación de pobreza en nuestro país. Esto compromete la posibilidad de que ellos ejerzan plenamente sus derechos, y afecta las oportunidades de desarrollo del país a mediano y corto plazo.

El desarrollo de una sociedad depende, en gran medida, de la capacidad de sus integrantes, determinada a su vez por la inversión que se realice durante las primeras etapas de la vida. Es por esto que la inversión en la infancia resulta clave también para la sustentabilidad económica y social del país, entre otras razones, por las tendencias demográficas registradas, que evidencian una disminución del número de niños y el envejecimiento de la población.

Acerca de las "ventanas de oportunidad" en el desarrollo de los niños y los adolescentes, De Armas mencionó el valor estratégico de invertir en ellos, en el desarrollo de sus capacidades cognitivas y sus capacidades socioemocionales. Por otro lado, se refirió a que la literatura muestra que el desarrollo de las capacidades cognitivas está fuertemente determinado por lo que ocurre en los primeros años de vida. Esta es la "primera ventana de oportunidad".

Asimismo, la literatura indica que el desarrollo de habilidades no cognitivas (o socioemocionales) opera en un período más extenso, es decir, durante la adolescencia y los primeros años de la juventud. Esta es la "segunda ventana de oportunidad".

En cuanto a determinadas tendencias positivas de las últimas tres décadas, el analista nombró la sostenida disminución de la mortalidad infantil, la creciente prioridad en las políticas de primera infancia, la universalización del acceso a la educación inicial (4 y 5 años) y expansión de la cobertura en 3 años, la sostenida reducción de la repetición y del rezago escolar en educación primaria, y el incremento del acceso a la educación media.

Por último recordó algunos de los trabajos de Unicef llevados adelante en apoyo a políticas y programas innovadores. Ellos fueron el plan CAIF, Uruguay Crece Contigo, el programa de "Maestros Comunitarios", y programas de prevención de la deserción en Educación Media: PIU, Compromiso Educativo y liceos con tutorías.

Por su parte, Karla Correa habló sobre los derechos de los niños y los principios empresariales, con el objetivo de entender y tratar el impacto del mundo empresarial en el bienestar de los niños, para inspirar y orientar a todas las empresas en sus interacciones con la infancia.

Los principios empresariales que fueron elaborados por Save the Children, el Pacto Global de la ONU y Unicef, y desarrollado por múltiples actores clave, incluyendo empresas, son los siguientes:

1.Cumplir con su responsabilidad de respetar y promover los derechos del niño.
2.Contribuir a la erradicación del trabajo infantil en todas las actividades empresariales y relaciones comerciales.
3.Proporcionar un trabajo digno a los jóvenes trabajadores, padres y cuidadores.
4.Asegurar la protección y seguridad de los niños en todas las actividades e instalaciones empresariales.
5.Garantizar que los productos y servicios sean seguros y que a través de ellos se promuevan los derechos del niño.
6.Utilizar marketing y publicidad que respeten y apoyen los derechos del niño.
7.Respetar y promover los derechos del niño en relación con el medio ambiente y la adquisición y uso de tierras.
8.Respetar y promover los derechos del niño en las disposiciones de seguridad.
9.Ayudar a proteger a los niños afectados por situaciones de emergencia.
10.Reforzar los esfuerzos de la comunidad y el gobierno para proteger y satisfacer los derechos del niño.

Sobre la responsabilidad social empresarial en Unicef, la experta hizo alusión a las acciones que cambian las políticas y prácticas empresariales de forma que tengan un impacto positivo en los niños, niñas y adolescentes en colaboración con actores clave como compañías, gobiernos, sociedad civil, niños y jóvenes. Estas son: compromiso empresarial, herramientas empresariales, investigación y guía, abogacía con los gobiernos e integración de actores clave.

Luego se preguntó por qué es importante para la empresa tener en cuenta los derechos de la Infancia y también medir el impacto que las empresas pueden tener en la misma, y citó al Guardian Sustainable Business: "Los Principios pasan de un enfoque más limitado a alentar a las empresas a examinar las formas menos obvias en que sus operaciones podrían afectar a los niños".

Finalmente, Mariella de Aurrecoechea expuso algunos de los hallazgos de la segunda encuesta llamada "¿Qué están haciendo las empresas por los niños en Uruguay?", con la intención de identificar las principales políticas implementadas por las empresas en relación con los niños, niñas y adolescentes en nuestro país, para describir las características del relacionamiento que el sector privado mantiene con la infancia.

La investigación es el resultado de un estudio que Deloitte lleva a cabo en el marco de su estrategia de responsabilidad social empresaria para apoyar el trabajo de Unicef. A su vez, esta encuesta ha arrojado resultados que son de gran valor para empresas, decisores políticos y organizaciones sociales especializadas en infancia.

La encuesta se llevó a cabo entre agosto y setiembre de 2014, y las respuestas obtenidas fueron sometidas a un proceso de depuración para asegurar la calidad de los datos. El estudio se divide en acciones destinadas a público interno, comunidad, y proveedores y clientes. Como resultado se contó con dos conjuntos de respuestas:

124 respuestas para las secciones "público interno" y "comunidad".

81 respuestas para la sección "proveedores y clientes" y "comunicación".

De acuerdo a las respuestas recabadas en 2014 de la sección "público interno", el horario flexible es el programa de conciliación de la vida laboral y familiar más extendido entre las empresas encuestadas.

Esta política es aplicada por el 54% de las empresas de la muestra. En un segundo lugar, se mencionan el *family day*, con 25% de las respuestas, y el teletrabajo, con un 18% de las contestaciones. En tanto, solo cuatro empresas de un total de 124 cuentan con guardería.

El primer ámbito en el cual las organizaciones pueden actuar para proteger y promover los derechos de los niños es a la interna de la organización, es decir, hacia sus colaboradores.

En la gran mayoría de las empresas, una parte de la fuerza laboral está compuesta por padres o madres. Por lo tanto, es pertinente comenzar el análisis describiendo cuáles son las acciones que llevan adelante las empresas para facilitar el ejercicio de la maternidad y la paternidad.

90% de las empresas brinda permiso para que las madres embarazadas se ausenten para realizarse los controles correspondientes.

84% de las empresas toma medidas de protección para embarazadas.

37% de las empresas dice disponer de salas de lactancia, aunque el 77% permite reducir la jornada laboral para amamantar o extraerse leche.

61% de las empresas autoriza a ausentarse del lugar de trabajo para consultas médicas.

35% de las empresas permite ausentarse para eventos escolares.

Cada vez más las empresas se están reconociendo como parte de la comunidad y que pueden cumplir un papel relevante en su desarrollo. En consecuencia, en este estudio también se preguntó a las empresas por su involucramiento en actividades que beneficien a niños y adolescentes que no se encuentran vinculados directamente a la empresa, pero que son parte de la comunidad que esta integra.

Un tercer ámbito en el cual las empresas pueden actuar, es a lo largo de la cadena de valor. Solo un 19% de las empresas ha incorporado específicamente exigencias respecto al uso del trabajo infantil en los contratos con sus proveedores, y un 13% se encuentra evaluando su inclusión. Si bien los porcentajes son bajos, resultan mayores que los de 2012.

El trabajo infantil no es visto como un problema. En la mayor parte de los casos -85%- las empresas no llevan adelante acciones orientadas a sus proveedores para evitar el trabajo infantil, y solo el 15% de las empresas invita a sus proveedores a sumarse en el desarrollo de programas de infancia y adolescencia que estas llevan a cabo.