



INFORME EJECUTIVO

Análisis de Resultados Autodiagnóstico Empresa-Infancia UPPI

Diciembre de 2017



INFORME EJECUTIVO

Análisis de Resultados Autodiagnóstico

Empresa-Infancia

UPPI-2017

PRESENTACIÓN

2

El Informe Ejecutivo presenta el análisis de los resultados de la aplicación del Instrumento de Autodiagnóstico UPPI 2017, con el propósito de establecer y caracterizar la actual situación de la relación entre las empresas y el respeto y la promoción de los derechos de la infancia y la adolescencia. El instrumento se lanza el día 30 de noviembre del año 2016, por lo que los resultados que se presentan corresponden a las empresas que se autodiagnosticaron el primer semestre del 2017.

La herramienta de autodiagnóstico fue diseñada por la organización Empresas por la Infancia, Unicef Argentina, Fundación Arcor Argentina y Save the Children, y adaptada por Empresas Unidas por la Infancia (UPPI), con el apoyo de Unicef Chile y el Consejo Nacional de la Infancia. Este instrumento fue respondido por 47 personas pertenecientes a las empresas que participaron del autodiagnóstico.

UPPI es una alianza multisectorial sin fines de lucro constituida el año 2012 para fomentar el diálogo y discusión sobre la importancia de la infancia como etapa primordial en el desarrollo de las personas, velando por que se respeten los derechos de los niños, niñas y adolescentes. En este contexto UPPI agrupa diferentes actores poniendo en relevancia que el rol que tiene el empresariado en nuestra sociedad, no es sólo económico, sino que le corresponde también un papel indispensable en la configuración del modelo de sociedad a la que aspiramos.

Este Informe Ejecutivo presenta un análisis de los principales resultados que se obtienen a partir de las 9 dimensiones que indaga el instrumento. El documento no considera una presentación descriptiva de los resultados obtenidos, pues a



partir de las principales coincidencias y brechas identificadas en las respuestas de las empresas participantes se ha construido una tipología en la que se distinguen distintos grupos, según la intensidad que presentan en su relación con los Derechos del Niño.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS: ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS DERECHOS DEL NIÑO Y TIPOLOGÍA DE EMPRESAS

3

Para elaborar la tipología se ha construido un **índice que gráfica la intensidad de la relación de cada empresa con las Derechos del Niño**. Con el objeto de exponer el procedimiento utilizado, se presentan, en primer lugar, los promedios obtenidos en las 9 dimensiones de análisis. El índice toma valores de 1 al 4, donde **1 representa la intensidad más baja** en el tipo de relación que establecen las empresas con los derechos de niñas y niños -de acuerdo con lo que metodológicamente establece el instrumento de autodiagnóstico-, y **4 el nivel más alto de intensidad**.

Como se observa en la Tabla N°1, el promedio global es **bajo: 2,4**. Las tres dimensiones que obtienen los resultados más bajos son: a) Marketing y Publicidad (1,0), b) Productos y Servicios (1,8) y c) Relación global entre la empresa y los Derechos del Niño (2,0). Las dimensiones que consiguen la **mejor evaluación** son: a) Trabajo Infantil (3,6) y b) Políticas de Bienestar Familiar (3,0).

TABLA N°1: Dimensiones e índice de intensidad de la relación.

Dimensión	Promedio Índice
Relación entre la empresa y los derechos del niño	2,0
Acciones de la empresa en pos de los derechos del niño	2,6
Inversión Social en niñez	2,4
Políticas de bienestar familiar	3,0
Productos y servicios	1,8
Marketing y publicidad	1,0
Trabajo infantil	3,6
Medio ambiente y tierras	2,4



Emergencias	2,7
Promedio general	2,4

En segundo lugar, y a partir del índice propuesto y de la información puesta a disposición por las empresas participantes, se construyó una tipología que agrupa a las empresas en los siguientes 4 niveles de intensidad:

- **Muy baja:** compuesta por 7 empresas que promedian entre 1,5 y 1,9.
- **Baja:** integrado por más de la mitad de las empresas (25), donde el rango promedio es de 2,0 a 2,4
- **Media:** conformada por 9 empresas en el rango de 2,5 a 2,9
- **Alta:** compuesta solo por 6 empresas y donde el promedio es de 3,0 a 3,3.

4

TABLA N°2: Tipología de empresas según índice de intensidad de la relación.

Índice de intensidad de la relación empresa con las Derechos del Niño							
Intensidad	Rango Índice	N° de empresas	N° de trabajadores				
			menos de 50	Entre 50 y 99	entre 100 y 299	entre 300 y 500	Más de 500
Muy baja	1,5 a 1,9	7	0%	16,7%	16,7%	16,7%	50,0%
Baja	2,0 a 2,4	25	19,0%	28,6%	14,3%	14,3%	23,8%
Media	2,5 a 2,9	9	16,7%	0,0%	33,3%	33,3%	16,7%
Alta	3,0 a 3,3	6	40,0%	0,0%	20,0%	20,0%	20,0%

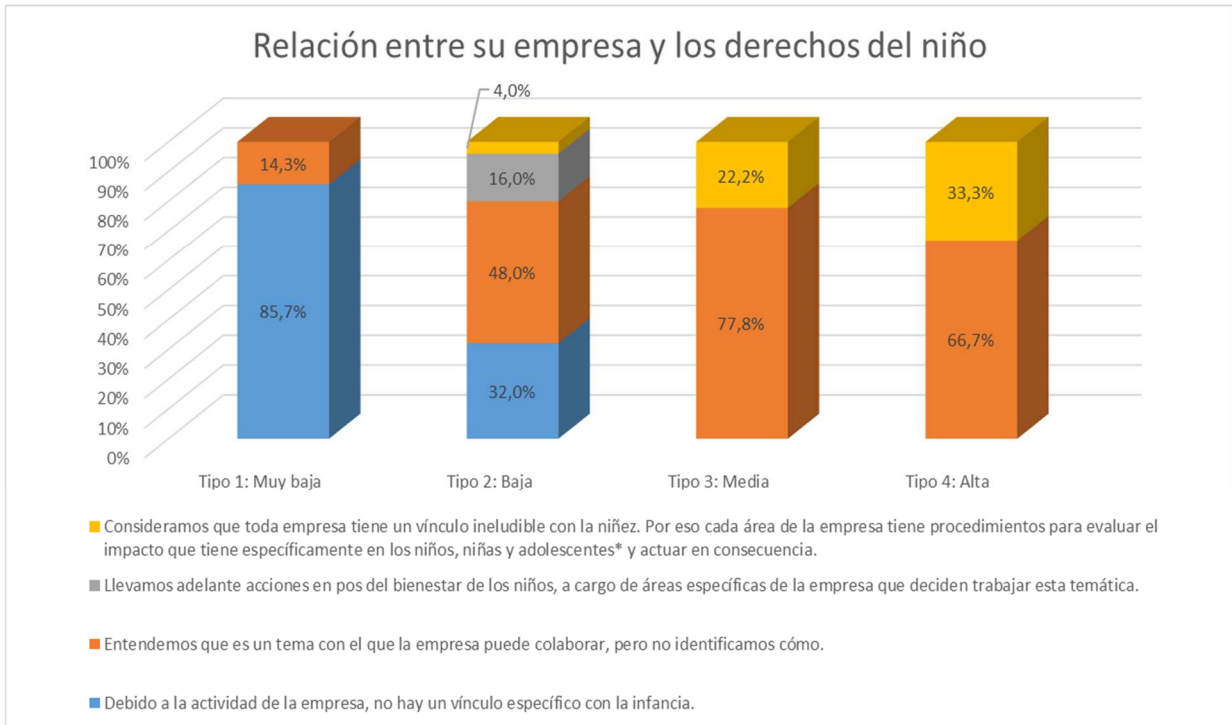
A continuación, se presenta un **análisis que tomará por una parte el global de las empresas autodiagnosticadas y luego hará foco principalmente en las brechas identificadas entre las tipologías.**

a) Relación entre la empresa y los derechos del niño

Como se observa en el Gráfico N°1, un poco más de la mitad de las empresas (51,1%) indica que es un tema en el que la **empresa puede colaborar**, pero **no**

identifican cómo o en qué formato se puede dar esta colaboración. Esto se aprecia en las tipologías 2 (intensidad baja) 3 (intensidad media) y 4 (intensidad alta).

GRÁFICO N°1: Relación de las empresas con los derechos del niño según tipología



5

Estos resultados permiten reconocer un espacio de acción estratégica en materia de información y difusión de los derechos del niño, con el objeto de que determinados tipos de empresas identifiquen ámbitos de colaboración consistentes con sus políticas.

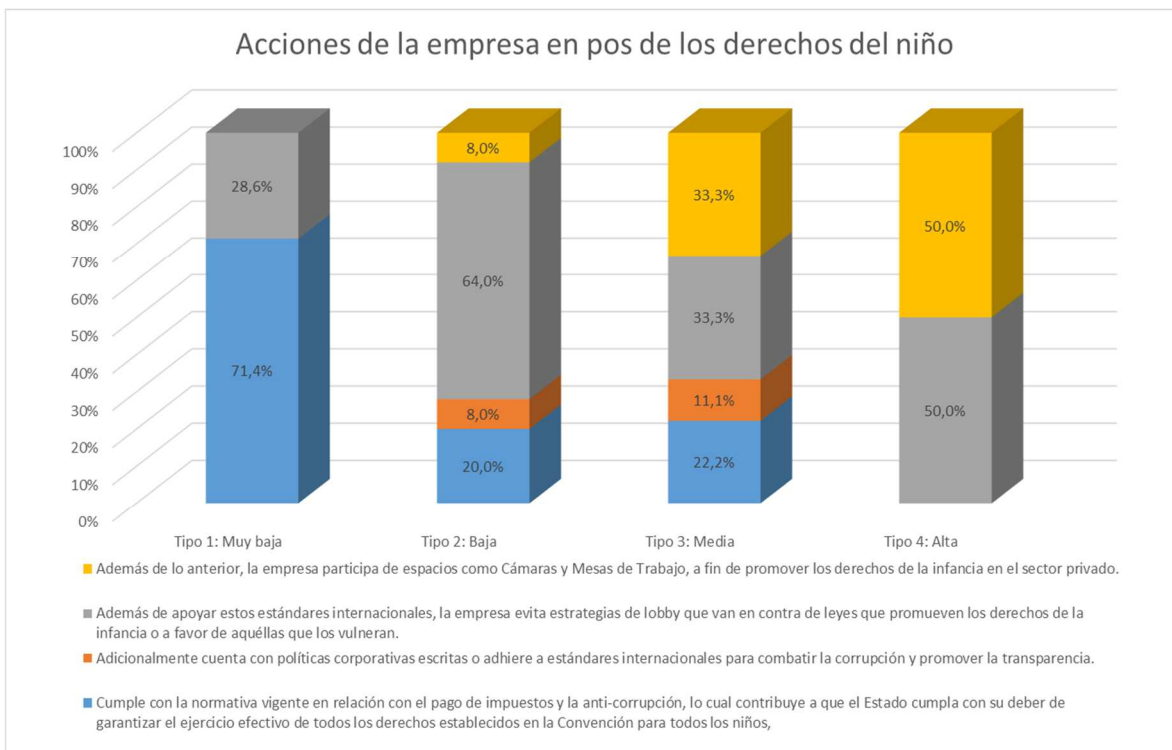
b) Acciones de las empresas en favor de los derechos del niño

La mayoría de las empresas (51,1%) señala que, al mismo tiempo que cumple con la normativa vigente en relación con el pago de impuestos y la anticorrupción **realiza estrategias de lobby específicas para promover el respeto y defensa de los derechos de niños y niñas en las leyes.**

En el Gráfico N°2, se observa que en la tipología 1 (muy baja relación entre empresa y derechos del niño) **7 de cada 10 empresas no desarrolla medidas específicas** más allá del cumplimiento de la normativa vigente sobre pago de impuestos y la anticorrupción. En contraste, en la tipología 4 (alta intensidad relación entre empresa y derechos del niño), se observa que la mitad de las empresas participan en espacios que promueven los derechos de la infancia en el sector privado, y la otra mitad evita desarrollar estrategias de lobby que impidan la aprobación de leyes que promueven los derechos de la infancia.

6

GRÁFICO N°2: Acciones de las empresas en favor de los derechos del niño según tipología.



Un mayor nivel de conocimiento de los derechos de la infancia se puede traducir en una disposición favorable a mejorar la legislación en la materia y a un compromiso activo en la promoción de los derechos de niños y niñas.

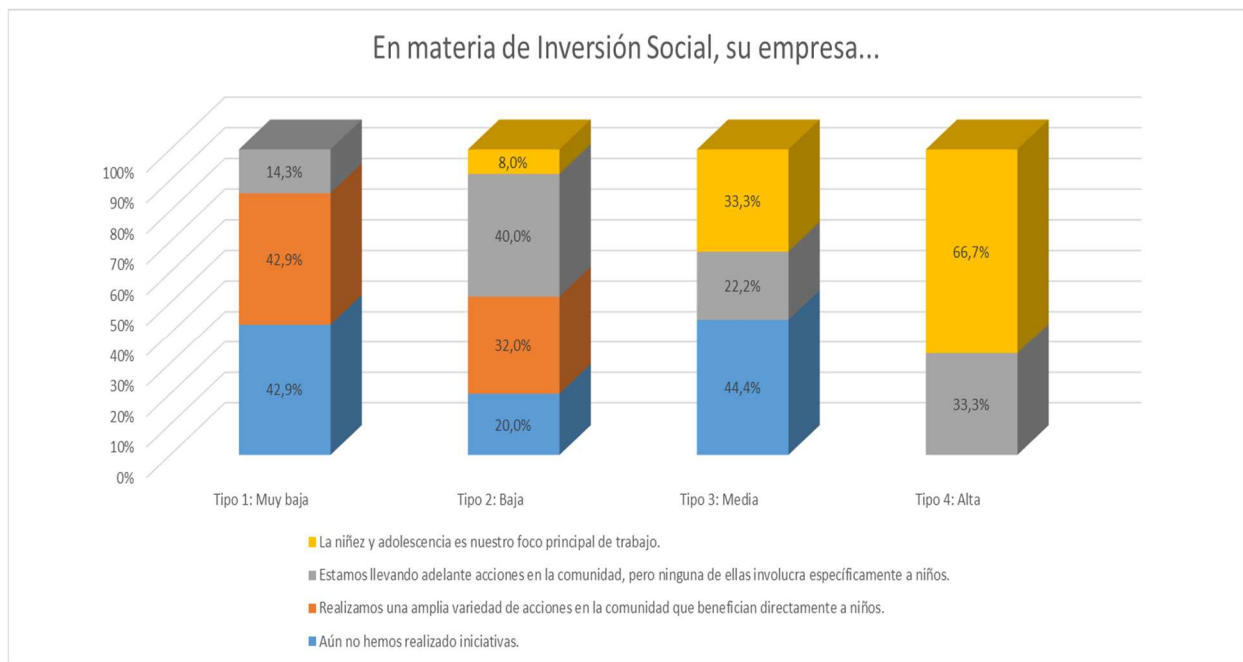
c) Inversión social:

En esta dimensión, se observa un amplio espacio de acciones para mejorar el nivel de interés y compromiso de las empresas en la promoción efectiva de los derechos de la infancia. Un **57,4% de las empresas indica no realizar acciones específicas en infancia** y un 25,5%, es decir un cuarto de las empresas de la muestra, señalan que no han realizado, en ningún ámbito, algún tipo de iniciativa de inversión social.

Para el caso de la tipología 1 se observa que un 42,9% de las empresas aún no han realizado iniciativas, mientras que para la tipología 4, un 66,7% dice que la niñez y adolescencia es el foco principal de su trabajo.

7

GRÁFICO N°3: Iniciativas e inversión social en infancia según tipología.



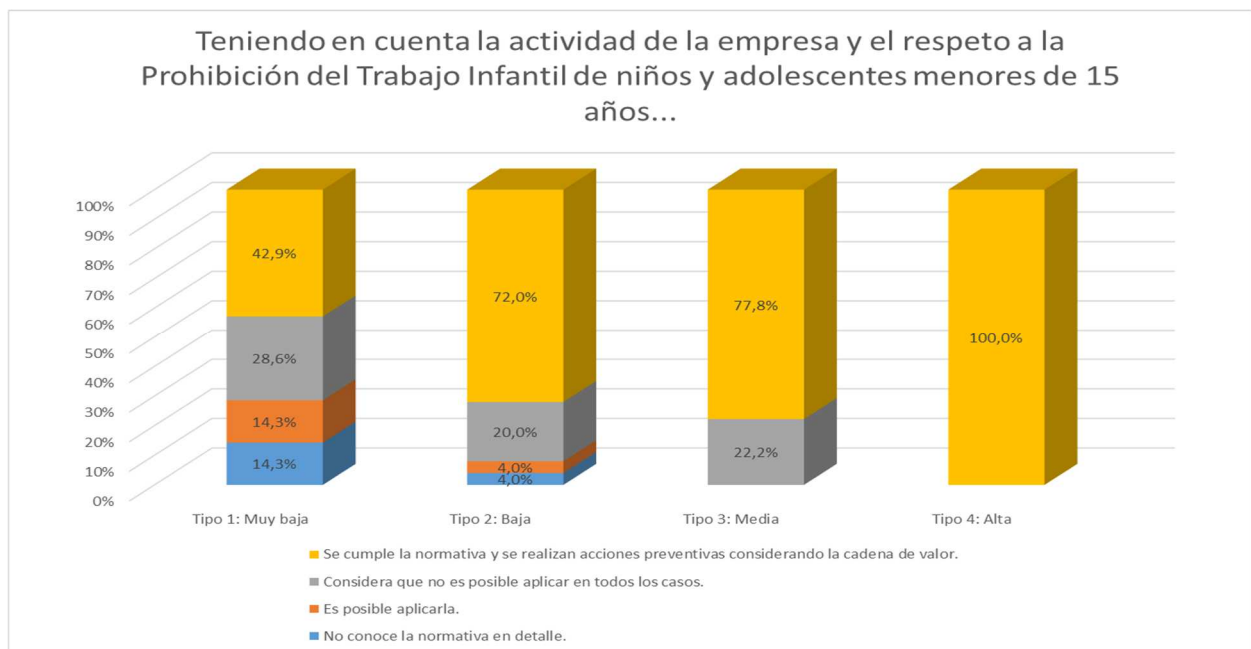
Las empresas desarrollan distintos tipos de iniciativas que implican inversión social y comunitaria, lo que abre un espacio estratégico para fortalecer la acción empresarial en la promoción efectiva de los derechos de la infancia.

d) Trabajo infantil:

El 72,3% de las empresas señalan que cumplen la normativa y que realizan acciones preventivas considerando la cadena de valor.

Como se observa en el Gráfico N°4, en la tipología 1, el 14,3% de las empresas señalan que no conocen la normativa en detalle y un 28,6% que no es posible aplicarla en todos los casos, mientras que la totalidad de las empresas de la tipología 4 afirman que se cumple la normativa y que realizan acciones preventivas considerando la cadena de valor.

GRÁFICO N°4: Empresas y prohibición del Trabajo infantil según tipología.





Conclusiones

- En líneas generales se observa una **baja relación** entre los Derechos del Niño, los Principios empresariales y las empresas que se aplicaron el autodiagnóstico.
- Las empresas identifican que la infancia es un **tema en el que se puede colaborar**, pero **no identifican cómo o de qué forma** se puede dar esta colaboración.
- Se detecta un **incipiente desarrollo del tema de los derechos de la niñez en la planificación**, gestión y los procesos formativos de las empresas.
- Los datos pueden dar cuenta de una **falta de articulación y diálogo entre las empresas y las instituciones que trabajan temáticas de infancia**, ya sean organizaciones no gubernamentales, corporaciones, fundaciones u organismos internacionales que se constituyen como actores claves en la promoción de los derechos de niños y niñas.
- Se plantea la necesidad de trabajar en la **difusión y conocimiento del enfoque de derechos** de la niñez y las empresas para empezar a **visibilizar** la temática.