

Compromiso del sector empresarial y los derechos de la niñez y adolescencia

América Latina y el Caribe - 2022

Equipo de Business Engagement and Child Rights de la Oficina Regional de UNICEF para América Latina y el Caribe - Romain Sibille, Ana María González Ruiz y Ana María Narváez.

Equipo de Corporate Partnerships de la Oficina Regional de UNICEF para América Latina y el Caribe - Blanca Martínez Delgado y Gorica Vukojicic.

Agradecimientos especiales a los colegas de las 24 oficinas de país de UNICEF en la región, y a Javier Martos, Gladys Hauck y Elena Marsoni.

Las declaraciones contenidas en esta publicación son las opiniones del autor y no reflejan necesariamente las políticas o puntos de vista de UNICEF. La mención de nombres de empresas o prácticas empresariales en específico no implica ninguna intención de infringir derechos de propiedad intelectual, ni debe interpretarse como un patrocinio o una recomendación de parte de UNICEF.

Una referencia a un sitio web ajeno a UNICEF no implica la aprobación por parte de UNICEF de la exactitud de la información contenida en el mismo o de las opiniones expresadas.

UNICEF no respalda a ninguna empresa, marca, producto o servicio.

Se permite la reproducción total del contenido de este documento solamente para fines de investigación, incidencia y educación; siempre y cuando, no sea alterado y se asignen los créditos correspondientes (UNICEF). Esta publicación no puede ser reproducida para otros fines sin previa autorización por escrito de UNICEF. Las solicitudes de permiso deben ser dirigidas a la Unidad de Comunicación, comlac@unicef.org.

Fotografía de portada: © UNICEF/UN0582754/Willoccq

© Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)
Junio de 2023

Oficina Regional para América Latina y el Caribe
Calle Alberto Tejada, Edificio 102, Ciudad del Saber
Panamá, República de Panamá
Apartado postal: 0843-03045
Teléfono: + 507 301 7400

www.unicef.org/lac

Índice

Prólogo	4
1. Compromiso empresarial en beneficio de la niñez y adolescencia	5
1.1. Colaboraciones holísticas para maximizar el impacto positivo en la niñez y adolescencia	7
2. ¿En qué áreas programáticas contribuyó el sector empresarial?	10
2.1. Supervivencia, desarrollo y acceso a dietas saludables de los niños, niñas y adolescentes	11
2.2. Educación, desarrollo infantil temprano, aprendizaje y adquisición de habilidades para la vida y el trabajo	17
2.3. Protección de la niñez y adolescencia contra la violencia, la explotación y el abuso	22
2.4. Acceso a servicios de agua, saneamiento e higiene, y a un medio ambiente seguro y sostenible	25
2.5. Políticas sociales, de cuidado y acceso a sistemas de protección social	28
2.6. Prevención de desastres y acción humanitaria	32
3. Mitigación de impactos adversos del sector empresarial en la niñez y adolescencia	35
4. Acelerando la contribución del sector empresarial a favor de los derechos de los niños, niñas y adolescentes	38



Garry Conille

Director Regional de
UNICEF para América
Latina y el Caribe

Prólogo

Estimados aliados y amigos:

En 2022, el sector empresarial fue, una vez más, un actor esencial para la protección y promoción de los derechos de los niños, niñas y adolescentes en América Latina y el Caribe, y para acelerar la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En 22 de nuestras 24 oficinas de país, y desde la oficina regional, pudimos fortalecer alianzas existentes y desarrollar nuevas colaboraciones estratégicas y de largo plazo con más de 1.360 empresas y actores del ecosistema empresarial, quienes, a través de su capacidad de inversión, sus activos, su influencia, y sus prácticas empresariales, contribuyeron a resolver los principales desafíos que impactan la vida de los 185 millones de niños, niñas y adolescentes que viven en la región.

Gracias a estas empresas y aliados, hemos podido:

- contribuir con más de **US\$14 millones de dólares** a los programas de UNICEF;
- contribuir a la mejora de **11 políticas nacionales** sobre entornos laborales y sistemas alimenticios;
- beneficiar y alcanzar a **decenas de millones de niños, niñas, adolescentes y cuidadores en la región.**

El año pasado fue también un año clave, en el que celebramos, con nuestros aliados del Pacto Global de las Naciones Unidas y Save the Children, los 10 años del lanzamiento de los *Derechos del Niño y Principios Empresariales*. Aprovechamos este aniversario para posicionar con el sector empresarial la importancia de respetar y promover los derechos de los niños, niñas y adolescentes de manera informada y sistemática para asegurar que sus actividades y relaciones no afecten negativamente sus derechos, mientras contribuyen a su bienestar.

Finalmente, después de tres años promoviendo internamente una cultura de colaboración de nuestras oficinas con el sector empresarial, hemos logrado, en 2022, que 23 de nuestras 24 oficinas de país se comprometan, desde sus Programas de Cooperación, a trabajar de forma más estratégica con el sector empresarial.

Este informe demuestra cómo en UNICEF ha crecido el interés por colaborar con el sector empresarial, y describe las alianzas e iniciativas implementadas con éxito en 2022 que esperamos los pueda inspirar para trabajar juntos y marcar la diferencia para los niños, niñas y adolescentes de América Latina y el Caribe.

¡Esperamos hablar pronto!



1.

Compromiso empresarial en beneficio de la niñez y adolescencia

Durante 2022 UNICEF colaboró con **1.360 actores del ecosistema empresarial en América Latina y el Caribe (ALC)** incluyendo empresas de todo tamaño, asociaciones empresariales, plataformas multiactor, y mediante colaboraciones público-privadas.

El trabajo con el sector empresarial contribuyó significativamente al bienestar y la promoción de los derechos de la niñez y adolescencia. Su **poder económico** permitió financiar los programas de UNICEF; sus **activos de negocio** hicieron escalar nuestra acción programática, su **poder de influencia e incidencia** ante Gobiernos y grupos de interés empresariales facilitó la promoción de políticas y normas sectoriales, así como del cambio de normas sociales, y, finalmente, revisando y adaptando sus **prácticas empresariales**, se logró identificar y abordar impactos adversos de sus operaciones en los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

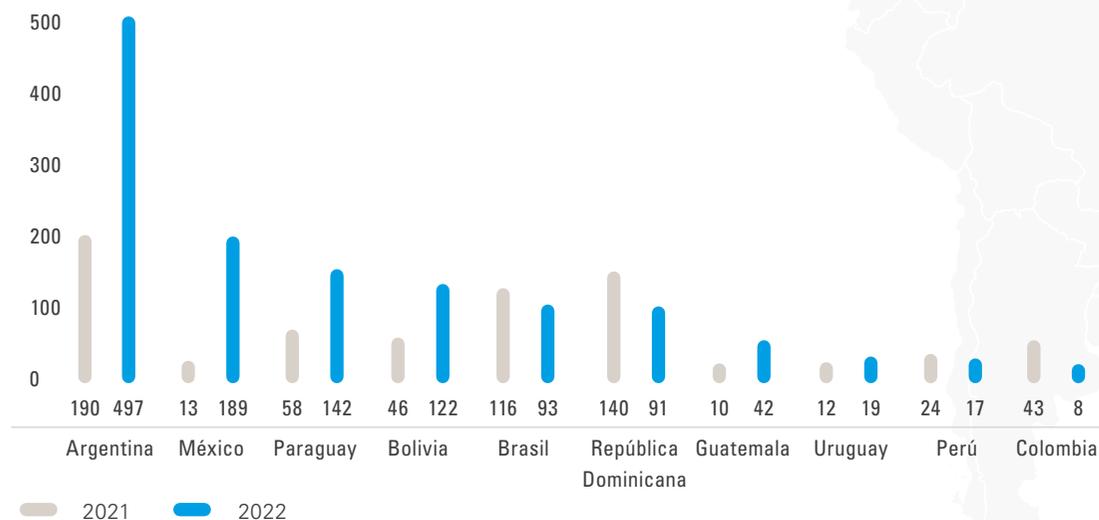


En la región, **129 empresas** apoyaron económicamente diferentes programas de UNICEF, por un total de **US\$14 millones de dólares** durante 2022.

El año 2022 también fue testigo de un mayor posicionamiento y escalamiento de iniciativas no financieras con y sobre el sector empresarial, tales como la promoción de políticas de conciliación familiar y laboral, el desarrollo de habilidades en adolescentes y jóvenes, y la iniciativa Business and Community Resilience para fomentar una participación estratégica del sector empresarial en la acción humanitaria. Mediante estas colaboraciones no financieras con **1.231 actores empresariales** (+67 por ciento comparado con 2021), UNICEF logró impactar a más de **1.6 millones de niños, niñas y adolescentes** en 14 países de ALC, promoviendo el respeto y la promoción de sus derechos.

UNICEF colaboró con **1.360 actores del ecosistema empresarial en América Latina y el Caribe en 2022.**

Principales colaboraciones no financieras con el sector empresarial en América Latina y el Caribe, 2021 vs. 2022.



1.1 Colaboraciones holísticas para maximizar el impacto positivo en la niñez y adolescencia

UNICEF trabajó con el sector empresarial en 22 de las 24 oficinas de país en la región a través de cuatro modalidades de colaboración:





Contribuciones financieras:

La inversión en la niñez y adolescencia es la más rentable y estratégica, porque no solo contribuye a garantizar el bienestar y los derechos de los niños, niñas y adolescentes hoy, sino que resulta en enormes ganancias en capital humano y productividad el día de mañana, contribuyendo al desarrollo económico, la prosperidad y la cohesión social en ALC. El sector empresarial en la región contribuyó con US\$14 millones de dólares a los programas de salud, nutrición, educación, agua, saneamiento e higiene, y protección de UNICEF, a través de alianzas estratégicas que persiguen cambios transformadores para la niñez y adolescencia, a la vez que ayudan a nuestros aliados a alcanzar sus metas empresariales.

En 2022, las contribuciones financieras realizadas por empresas de ALC han permitido a UNICEF **llevar a escala soluciones innovadoras** como OKY, una aplicación tecnológica cocreada por niñas y adolescentes para romper las brechas de información sobre la higiene menstrual como parte de la alianza “La higiene es nuestro derecho” entre Essity y UNICEF en México. Las alianzas con el sector empresarial también han sido fundamentales para **impulsar nuevas políticas y mejorar la calidad de los servicios** como en

Argentina, donde la aportación recibida a través del programa MSD para Madres, de la empresa MSD, ha contribuido a mejorar la calidad de la atención durante el parto, el fortalecimiento de centros hospitalarios y la capacitación de profesionales de salud, introduciendo mejoras sostenibles en los sistemas de salud materna y neonatal.

Por último, las aportaciones financieras de nuestros aliados han permitido a UNICEF llegar a millones de niños, niñas, adolescentes y sus familias con información vital para su salud, y **promover el cambio de comportamientos** para, por ejemplo, mejorar sus hábitos de alimentación y prevenir la obesidad y el sobrepeso infantil, objetivos que perseguían las campañas de comunicación realizadas en 2022, en el marco de la alianza con BNP Cardif, que alcanzaron a más de 20 millones de personas en Brasil, Chile, Colombia, México y Perú.

Empresas en la región contribuyeron con US\$14 millones de dólares a los programas de salud, nutrición, educación, agua, saneamiento e higiene.



Actividades y activos fundamentales de la empresa:

En 2022, empresas del sector de las telecomunicaciones y plataformas multiactor también apoyaron el **desarrollo de programas de UNICEF en educación y protección**. Contribuyeron con mensajería instantánea gratis para la participación de adolescentes y jóvenes en la iniciativa U-Report, la formación de docentes en habilidades digitales, y la difusión de contenidos y herramientas dirigidos a niños, niñas y adolescentes sobre seguridad en Internet. Como parte de las iniciativas “Oportunidades Únicas” y “1 Millón de Oportunidades” (1MiO), empresas en Argentina y Brasil facilitaron programas de formación en el desarrollo de habilidades técnicas y proporcionaron oportunidades de empleo a adolescentes y jóvenes.

Además, UNICEF trabajó con proveedores de servicios financieros para mejorar los mecanismos de pago de transferencias en efectivo a familias en situación de emergencia. Colaboró con iniciativas multiactor en el desarrollo de plataformas que facilitaron la vacunación. El sector empresarial, a su vez, contribuyó con suministros, formación y asistencia técnica en temas de agua, saneamiento e higiene; innovación en el desarrollo de kits escolares para estudiantes migrantes, y con cobertura en medios de comunicación amplificando los mensajes de UNICEF a favor de la niñez y adolescencia.



© UNICEF/UJUN0582743/ Patricia Willcoq

El sector empresarial fue un aliado estratégico en la implementación y el escalamiento de iniciativas como “U-Report”, “Oportunidades Únicas”, y “1 Millón de Oportunidades”.



Campañas e incidencia:

Empresas de medios de comunicación y de diferentes sectores económicos desempeñaron un papel relevante en la **difusión de las campañas de UNICEF** sobre la protección de la primera infancia, el posicionamiento de los derechos de la niñez y adolescencia en la agenda pública, la promoción de la alimentación saludable y la inmunización, y la preparación ante situaciones de emergencia. Las plataformas empresariales también fueron aliadas estratégicas en la amplificación de mensajes, por ejemplo, para el regreso al aprendizaje presencial de los niños, niñas y adolescentes.

En espacios de incidencia política, las empresas contribuyeron con su **poder de influencia** a impulsar el desarrollo de políticas públicas, en particular, sobre higiene menstrual. UNICEF convocó a sus Consejos Consultivos Empresariales, empresas y medios de comunicación a comités, mesas redondas, eventos de alto nivel y foros empresariales en Argentina, Paraguay, Perú y República Dominicana. En estos encuentros, se discutieron temas prioritarios para la niñez y adolescencia, y el significativo rol que tiene el sector para abordar los desafíos y escalar programas en una agenda conjunta con UNICEF.



Mejora de prácticas de negocio y entornos empresariales:

En el marco de los Derechos del Niño y Principios Empresariales, en ALC se han priorizado cuatro temáticas que promueven la **gestión de impactos adversos de las empresas en los niños, niñas y adolescentes**, y la adopción de prácticas empresariales respetuosas de sus derechos. Estas temáticas son: a) prevención del sobrepeso y la obesidad infantil, b) promoción de políticas favorables para la familia en el lugar de trabajo, c) prevención de la violencia contra los niños, niñas y adolescentes, y d) debida diligencia empresarial con enfoque en la niñez y adolescencia.

UNICEF avanzó en la generación de evidencia, el desarrollo de herramientas y la divulgación de las mejores prácticas sobre la prevención del sobrepeso y la obesidad infantil. Se llevaron a cabo acciones de incidencia para la regulación de los entornos alimenticios y de leyes de etiquetado frontal.

La agenda de políticas de conciliación familiar y laboral se consolidó en la región y representó el mayor número de iniciativas implementadas en los países con actores empresariales y Gobiernos.

En la temática sobre prevención de la violencia, UNICEF colaboró con empresas y asociaciones de los sectores

de telecomunicaciones y comercio para sensibilizar y tomar acción sobre la protección en línea y la explotación sexual. También se generó evidencia relevante respecto a la violencia y los estereotipos de género en la publicidad, y se sensibilizó al sector empresarial sobre su responsabilidad y compromiso con los derechos de la niñez y adolescencia.

En debida diligencia, se continuó con la asistencia técnica a los Gobiernos de Argentina y Chile para la adopción de políticas públicas sobre las empresas y los derechos humanos que integren la perspectiva de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

UNICEF prioriza cuatro agendas programáticas en la región que promueven la adopción y el cambio de **prácticas corporativas que respeten los derechos de los niños, niñas y adolescentes** en el contexto de las operaciones empresariales.





2.

¿En qué áreas programáticas contribuyó el sector empresarial?

2.1 Supervivencia, desarrollo y acceso a dietas saludables de los niños, niñas y adolescentes

- Prevención del sobrepeso y la obesidad
- Promoción de la inmunización
- Promoción de la salud materno infantil





Prevención del sobrepeso y la obesidad infantil



Alianza regional con Novo Nordisk

En el marco de esta alianza, UNICEF generó [evidencia](#) para promover entornos alimentarios urbanos saludables con recomendaciones basadas en estudios realizados en Santiago de Chile y Ciudad de México. Las conclusiones y recomendaciones se presentaron en eventos regionales de alto nivel (16ª capacitación regional de Mercociudades y evento paralelo a la Cumbre de Alcaldes C40), y se difundieron en redes sociales que llegaron a más de 14.000 usuarios.

Asimismo, se diseñó una herramienta de análisis del panorama del sobrepeso y la obesidad infantil en Perú y Costa Rica, cuyas conclusiones se utilizaron para abogar por la adopción de políticas públicas orientadas a la prevención de la malnutrición en todas sus formas. Además, se adelantaron dos estudios regionales sobre *marketing* digital de alimentos no saludables y hábitos dietarios, normas sociales e imagen corporal. Ambos estudios serán publicados en 2023.

En su compromiso de contribuir a la prevención del sobrepeso y la obesidad infantil, UNICEF también participó en diversas iniciativas que apoyan las prioridades de política pública en la materia. En México, se continuó con el apoyo técnico al Gobierno, lo que ha resultado en la reforma y el fortalecimiento de leyes, políticas y reglamentos nacionales relacionados con la nutrición, tales como la reforma de la Ley General de Educación en cuanto a entornos alimentarios escolares,



la reforma del Reglamento de Control Sanitario de Productos, el fortalecimiento de la normativa de comercialización de sucedáneos de la leche materna, entre otros.

En cuanto a campañas de comunicación, en Colombia se lanzó la campaña digital «Me Pongo la 10 para Prevenir la Obesidad en la Niñez» con un alcance de 1.9 millones de personas y 245.666 interacciones, logrando avances significativos en cuanto a la promoción de estilos de vida saludables entre padres, madres y cuidadores. En México, UNICEF puso en marcha la campaña «Héroes por la Salud» en colaboración con el Instituto Nacional de Salud Pública y la Secretaría de Salud, llegando a más de 120.000 niños, niñas y adolescentes, a través del uso del etiquetado frontal y brindando educación nutricional.

La campaña de UNICEF “Me pongo la 10 para Prevenir la Obesidad en la Niñez” tuvo un alcance de **1.9 millones de personas en Colombia**, y mediante la campaña “Héroes por la salud”, en colaboración con el Instituto Nacional de Salud Pública y la Secretaría de Salud, se llegó a más de **120.000 niños, niñas y adolescentes en México**.



Alianza regional con BNP Paribas Cardif

En ALC el 7.5 por ciento de los niños y niñas menores de 5 años y el 30 por ciento de los niños, niñas y adolescentes entre 5 y 19 años tienen sobrepeso, unas de las tasas regionales más altas del mundo. Estas alarmantes cifras confirman que los niños, niñas y adolescentes no están accediendo a los alimentos que necesitan como base para una vida adulta larga, sana y productiva.

En este contexto, BNP Paribas Cardif y UNICEF unieron fuerzas para prevenir el sobrepeso y la obesidad infantil en cinco países de la región: Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. Gracias a esta alianza, hemos promovido la importancia de los hábitos alimenticios saludables y el ejercicio físico entre más de 20 millones de personas, incluyendo a niños, niñas y adolescentes, familias, cuidadores y personal escolar.

En 2022, la generosa donación de BNP Paribas Cardif contribuyó al desarrollo y ejecución de múltiples iniciativas desarrolladas en las escuelas, y campañas de comunicación dirigidas a niños, niñas y adolescentes, cuidadores y personal escolar, con el objetivo de crear entornos más saludables dentro y fuera de la escuela, al mismo tiempo que se les capacita para tomar decisiones informadas y saludables.



©UNICEF/UN0567876/Carrillo

Gracias a la alianza establecida entre UNICEF y BNP Paribas Cardif Cardif en cinco países de la región, hemos promovido la importancia de los hábitos alimenticios saludables y el ejercicio físico entre más de **20 millones de personas**, incluyendo a niños, niñas y adolescentes.



Alianza regional con Disney

Disney y UNICEF lanzaron la campaña “PIXAR RESTÓ. Experiencias que emocionan” con el propósito de promover la alimentación saludable y el bienestar integral de la niñez y adolescencia en Argentina y México por medio de una propuesta gastronómica para toda la familia. La campaña, realizada en octubre de 2022 en los canales de Disney, llegó a más de 30 millones de niños, niñas y sus familias.

Con esta iniciativa, se invitó al público de Disney a realizar donaciones para los programas de nutrición de UNICEF y poder formar parte de una master class de cocina, conducida por la cantante y actriz mexicana Danna Paola y el reconocido chef argentino Tomás Kalika, además de participar en un Meet & Greet en directo. En la master class, Dana y Tomás enseñaron cómo preparar recetas saludables inspiradas en tres películas de Disney y Pixar: COCO, LUCA y RED, y compartieron consejos para cocinar platos nutritivos. Todas las recetas fueron revisadas y adaptadas por los equipos de nutrición de UNICEF para garantizar que fueran saludables y adecuadas para los niños y niñas.

La campaña, realizada en octubre de 2022 en los canales de Disney, llegó a más de **30 millones de niños, niñas y sus familias.**





Alianza regional con AMWAY

La colaboración entre AMWAY y UNICEF inició a finales de 2022 con el objetivo de combatir cualquier forma de malnutrición en la región, especialmente en la primera infancia. Este es un reto muy ambicioso ya que actualmente en ALC más de 10 millones de niños y niñas menores de 5 años padecen de alguna forma de malnutrición.

En ese mismo año, AMWAY realizó una importante contribución a los programas de nutrición de UNICEF para atender las necesidades prioritarias en la región, permitiendo a UNICEF proporcionar dietas, servicios y prácticas que protejan, promuevan y apoyen una buena nutrición, y prevengan todas las formas de malnutrición.

UNICEF aborda un enfoque sistémico para hacer frente a la malnutrición en todas sus formas, sumando los esfuerzos y la voluntad de los Gobiernos, la academia, la sociedad civil, el sector empresarial, y las propias personas.

Actualmente en ALC más de **10 millones de niños y niñas menores de 5 años** padecen de alguna forma de malnutrición.



Alianza con Grupo Profarma en Brasil

La alianza con el Grupo Profarma es un buen ejemplo de cómo lograr gran impacto a escala. A través de campañas dirigidas a los clientes en más de 200 puntos de venta en Brasil, el Grupo comunica y da visibilidad a su compromiso social con UNICEF, al tiempo que contribuye a generar un impacto positivo en las comunidades de los territorios más vulnerables.

Los clientes de Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio y Drogeria Rosário, marcas de la empresa Rede d1000, que forma parte del Grupo Profarma, son invitados a realizar micro donaciones en las cajas de sus puntos de venta. En 2022, el Grupo contribuyó con US\$412 mil dólares para apoyar los programas de salud, educación, protección y emergencias de UNICEF. En los últimos tres años, se ha convertido en uno de los aliados corporativos más estratégicos en Brasil, donando un total de US\$1.2 millones de dólares.



Regulación de sistemas alimenticios

En materia de adopción y reglamentación de políticas públicas, en Colombia, UNICEF apoyó al Ministerio de Salud en el desarrollo de una guía técnica que acompaña la Resolución 2492 de 2022, la cual reglamenta la ley de etiquetado nutricional y frontal de alimentos en el país (Ley 1751 de 2015).

En Argentina, las acciones de incidencia de UNICEF contribuyeron a la reglamentación de la Ley 27.642 de promoción de la alimentación saludable en marzo de 2022. Mediante una campaña de comunicación, que tuvo un alcance de 64 millones de impresiones, se visibilizó la problemática de la obesidad infantil y la urgencia de implementar el etiquetado frontal de alimentos y bebidas no alcohólicas.



En 2022, el Grupo Profarma contribuyó con **US\$412 mil dólares** para apoyar los programas de salud, educación, protección y emergencias.

Mediante una campaña de comunicación en Argentina, que tuvo un alcance de **64 millones de impresiones**, se visibilizó la problemática de la obesidad infantil y la urgencia de implementar el etiquetado frontal de alimentos y bebidas no alcohólicas.



Promoción de la inmunización de niños, niñas y adolescentes



En Bolivia, gracias a la recopilación de evidencia y lecciones aprendidas de la campaña “Las vacunas te acercan”, UNICEF en colaboración con las asociaciones empresariales más importantes del país, logró establecer y gestionar campañas de vacunación en 2021 y 2022 que involucraron tanto al sector público como al privado. Esta iniciativa tuvo como objetivo concientizar a los clientes, empleados y familias de las empresas afiliadas sobre la importancia de la vacunación contra la COVID-19.

En 2022, en coordinación con cinco instituciones financieras de desarrollo, se adelantó un estudio sobre los conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) relacionados con la vacunación. Para 2023 se planea una estrategia de comunicación para el cambio, en colaboración con la institución financiera de desarrollo más importante del país (CRECER), a través de los asesores de crédito y de las bancas comunales, para llegar a más de 160.000 clientes y sus familias.

De otro lado, UNICEF continuó apoyando al Ministerio de Salud de Jamaica en el despliegue de la vacunación contra la COVID-19. En 2021, la Iniciativa de Vacunas del Sector Privado (PSVI, por sus siglas en inglés) y UNICEF cocrearon la plataforma digital de mensajería instantánea de vacunas CommCare, adaptada a las condiciones del país, y que se implementó en hospitales, centros de salud y centros de vacunación en 2021 y 2022.

Mediante incidencia conjunta con la Organización del Sector Privado de Jamaica (PSOJ, por sus siglas en inglés) también se logró que todos los niños, niñas y adolescentes en el país regresaran a la escuela, en marzo, sin ninguna condición de vacunación por parte del Gobierno.

Incidencia conjunta de UNICEF y PSOJ facilitó el regreso a la escuela de todos los niños, niñas y adolescentes en Jamaica.

A partir del alcance e impacto de la campaña “Las vacunas te acercan”, UNICEF en Bolivia planea una estrategia de comunicación para el cambio, en colaboración con la institución financiera de desarrollo más importante del país (CRECER), a través de los asesores de crédito y de las bancas comunales, para **llegar a más de 160.000 clientes y sus familias.**



© UNICEF/US. CDC/Unique Identifier/Florence Goupil



© UNICEF/JUN0772738/Izquierdo



Promoción de la salud materno infantil



Alianza regional con MSD para Madres

MSD para Madres¹ es la iniciativa global de MSD para ayudar a crear un mundo en el que ninguna mujer tenga que morir dando vida. Por medio de esta iniciativa la empresa ha reforzado su compromiso con UNICEF en la región para mejorar la salud materno infantil y el bienestar de las mujeres durante el embarazo, el parto y el periodo posparto en países como Argentina, Brasil y República Dominicana.

Por ejemplo, a través del programa MSD para Madres, MSD contribuyó con US\$500 mil dólares para apoyar el programa de UNICEF sobre la Salud Materna Intercultural en Argentina. El objetivo del programa es reducir las brechas en el ejercicio del derecho a la salud de las mujeres gestantes, especialmente las adolescentes

¹ MSD para Madres (MSD for Mothers) es una iniciativa de Merck & Co., Inc., Rahway, NJ, USA.



© UNICEF/UNI240670/Pocaterria

embarazadas de comunidades indígenas, por medio de la mejora en la participación comunitaria y el fortalecimiento de las condiciones de atención, seguimiento y tratamiento en salud con enfoque intercultural en las provincias de Misiones, Salta y Chaco.

Gracias al apoyo de MSD, se han conseguido grandes logros en Argentina: a) Más de 20.000 mujeres recibieron mejor calidad de atención en partos; b) Equipamiento y fortalecimiento de instituciones hospitalarias para ofrecer atención de calidad en ocho salas de maternidad y en 20 Centros de Atención Primaria de Salud; y c) Formación a más

de 450 profesionales de salud de servicios perinatales y 330 agentes de salud. También se realizaron numerosos talleres sobre salud sexual y reproductiva para niños, niñas y adolescentes entre 10 y 14 años.

La iniciativa MSD para Madres en la región contribuye a mejorar la salud materno infantil y el bienestar de las mujeres durante el embarazo, el parto y el periodo posparto. En Argentina, **MSD contribuyó con US\$500 mil dólares** para apoyar el programa de UNICEF sobre Salud Materna Intercultural. Gracias al apoyo de MSD, **más de 20.000** mujeres recibieron mejor calidad de atención en el parto.

2.2 Educación, desarrollo infantil temprano, aprendizaje y adquisición de habilidades para la vida y el trabajo

- Desarrollo infantil temprano
- Aprendizaje, desarrollo de habilidades y participación adolescente



▶ Desarrollo infantil temprano



Alianza con el Banco Santander en México

La alianza entre el Banco Santander y UNICEF en México se ha desarrollado a lo largo de 20 años durante los cuales se han recaudado más de US\$9.5 millones de dólares, logrando beneficiar a más de 200.000 niños, niñas y adolescentes, a través de los programas de UNICEF de nutrición y educación. En 2022, el Banco Santander contribuyó con US\$256 mil dólares mediante acciones de recaudación por medio de las tarjetas de crédito con causa y las acciones en sus cajeros automáticos:

- **Tarjeta Like U Blanca Nutrición:** Fondos destinados a fortalecer la atención integral a la primera infancia en sus primeros 1.000 días de vida, beneficiando a 15.750 niños y niñas en los últimos dos años.
- **Tarjeta Like U Blanca Educación:** Fondos destinados a la recuperación de los aprendizajes perdidos tras el cierre de escuelas durante la pandemia de la COVID-19, que se sumaba a la crisis de aprendizaje preexistente, beneficiando a 6.957 niños, niñas y adolescentes en los últimos dos años.
- **Cajeros Automáticos:** Fondos destinados a mejorar el aprendizaje bilingüe de los niños y niñas de las escuelas indígenas en siete lenguas indígenas y español, beneficiando a 10.680 niñas y niños en los últimos dos años.

Banco Santander contribuyó con US\$256 mil dólares en 2022 para continuar apoyando programas de nutrición, dirigidos a la primera infancia, y de educación para niños, niñas y adolescentes en México.



La emergencia ocasionada por la COVID-19 ha afectado la educación de millones de niñas, niños y adolescentes en México.

10

Ellas y ellos te necesitan. **Doná 10 pesos para ayudar a que continúen aprendiendo.**

Santander apoya a unicef para cada infancia

UNICEF no avala ninguna marca, producto o servicio.



Alianza regional con Kimberly-Clark

En 2022, se celebró el tercer aniversario de la alianza entre Kimberly-Clark y UNICEF enfocada en apoyar el desarrollo de la primera infancia en ALC. Los primeros años de vida tienen una gran repercusión en el futuro de los niños y las niñas: en su desarrollo cerebral, en su salud, su felicidad, su capacidad de aprender en la escuela, su bienestar y sus oportunidades futuras.

Kimberly-Clark es un aliado clave de UNICEF en la región, que acompaña nuestro compromiso de garantizar que todos los niños y niñas puedan nacer sanos, sobrevivir, y desarrollarse de forma óptima, asegurando el acceso a los cuidados necesarios desde el nacimiento y a lo largo de sus primeros años.

Con el apoyo de Kimberly-Clark y Huggies, desde 2019, UNICEF ha llegado a cerca de 1.5 millones de niños y niñas, casi 1.2 millones de padres, madres y cuidadores, y 33.000 trabajadores de desarrollo infantil temprano en 15 países de ALC, con intervenciones transformadoras e innovadoras para asegurar un comienzo más saludable en la vida.



UNICEF y Kimberly-Clark celebramos en 2022 el tercer año de nuestra alianza, por medio de la cual se ha beneficiado a cerca de **1.5 millones de niños y niñas en 15 países de la región**. Kimberly-Clark contribuye significativamente al desarrollo infantil temprano de los niños y las niñas en ALC.



Otras iniciativas sobre crianza positiva en articulación con el sector empresarial

Como parte de la iniciativa “Empresas que Protegen”, UNICEF en Bolivia desarrolló una guía sobre salud mental e implementó, en colaboración con la Cámara Nacional de Comercio, un piloto con 27 empresas para sensibilizar a 1.264 padres, madres y cuidadores trabajadores sobre salud mental y crianza cuidadosa y sensible. La Cámara escaló el programa a más de 500 empresas afiliadas.

En Chile, UNICEF continuó articulando acciones con Codelco, la mayor empresa de minería estatal. Mediante la difusión de material de comunicaciones en la App de la empresa, con un alcance de 18.000 trabajadores, se sensibilizó a los colaboradores sobre crianza positiva y paternidad activa.

En República Dominicana, 29 empresas se sumaron a las campañas de UNICEF “Papá Todo el Tiempo”. Con el propósito de promover e incentivar la participación de los padres en la crianza de sus hijos e hijas pequeños, se compartió contenido en redes sociales y en los canales de comunicación interna de las empresas, y las propias empresas llevaron a cabo actividades recreativas y lúdicas con los hijos e hijas de sus trabajadores.

Aprendizaje, desarrollo de habilidades y participación adolescente



Transición de la escuela al mercado laboral

Desde su lanzamiento en octubre de 2020, 1MiO, como una asociación multisectorial innovadora, ofrece acceso a oportunidades educativas, capacitación en habilidades transferibles, digitales y empresariales, y oportunidades de trabajo decente para adolescentes y jóvenes vulnerables en Brasil. La iniciativa reúne al sector empresarial, organizaciones de las Naciones Unidas como la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Pacto Global y UNICEF, instituciones gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil (OSC).

En 2022, la iniciativa expandió a 93 su red de empresas en Brasil, ofreciendo 142.726 oportunidades a adolescentes y jóvenes vulnerables, incluidos cursos de formación, prácticas y colocaciones laborales. 1MiO estableció una alianza de tres años con las empresas Accenture y Microsoft



para ampliar los programas de formación laboral que impactarán a más adolescentes y jóvenes. Mediante la estrategia Sello UNICEF (Selo UNICEF, en portugués), 4.747 agentes públicos municipales recibieron formación a través de cursos en línea para crear oportunidades de trabajo decente. Más de 61.000 adolescentes y jóvenes están registrados en la [plataforma en línea](#) y cerca de 590.000 accedieron a los canales digitales de 1MiO.

En Argentina, con la iniciativa “Oportunidades Únicas”, las empresas aliadas de UNICEF Globant y Microsoft ofrecieron cursos sobre programación y tecnología a estudiantes de secundaria, beneficiando a 1.160 adolescentes. A partir de esta experiencia, se proyecta escalar esta iniciativa con estas dos empresas y otros aliados, a fin de brindar cursos y capacitación para el desarrollo de habilidades para el futuro de los adolescentes.

La iniciativa **1MiO** ha ofrecido **142.726 oportunidades a adolescentes y jóvenes en Brasil**, que incluyen cursos de formación, prácticas y colocaciones laborales.



Desarrollo de habilidades tecnológicas y conectividad

En el marco de la alianza con Tigo y el Ministerio de Educación, UNICEF implementó el Diplomado “Maestros Conectados” en Panamá. El programa brindó educación tecnológica y herramientas sobre educación híbrida a 1.572 docentes, llegando a por lo menos 47.160 estudiantes en el país. En Nicaragua, UNICEF y Tigo facilitaron el desarrollo de competencias digitales de 536 niños, niñas y adolescentes a través de la iniciativa “Jugadores en Acción”, brindando cursos de diseño de aplicaciones con énfasis en la formación sobre el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 4 (educación) y el ODS 12 (acción climática).

Con base en la iniciativa “Jugadores en Acción” UNICEF, con el apoyo de Tigo y el movimiento de mujeres Nidia White, lanzó un piloto para abordar la brecha digital de género, capacitando a 30 niñas y adolescentes indígenas en Nicaragua, de la costa norte del Caribe, en habilidades digitales y temas transversales como violencia de género, autocuidado y uso de las redes sociales.

Como parte de la colaboración global con el Grupo Lego, escuelas en comunidades vulnerables de Costa Rica participaron en el proyecto “Construye el Cambio Lego” aportando soluciones creativas para mejorar los kits de suministro de emergencia que se entregan a estudiantes migrantes. En el proyecto participaron 25 escuelas, que hacen parte de la estrategia nacional STEAM¹ de UNICEF y que llega a 8.500 estudiantes.

En el Perú, EFTS, empresa especializada en servicios tecnológicos, apoyó a UNICEF con un estudio sobre el análisis de la conectividad de las escuelas participantes del programa “Conectados para Aprender”, que tiene un alcance de 72.601 estudiantes. Los resultados permitieron articular acciones con el Gobierno y establecer una alianza con CREDICORP para dar continuidad al programa y escalar la agenda de conectividad en el país.

1 Ciencia, tecnología, ingeniería, artes y matemática por sus siglas en inglés

En el proyecto de LEGO en Costa Rica participaron 25 escuelas, que hacen parte de la estrategia nacional STEAM de UNICEF y que llega a **8.500 estudiantes**.



Participación adolescente

La iniciativa U-Report continuó su implementación en 2022 con el apoyo de empresas de telecomunicaciones, las cuales proporcionaron SMS gratuitos para facilitar actividades de participación juvenil. Con Smart y Belize Telemedia Limited, UNICEF llegó a 7.569 adolescentes y jóvenes en Belice. Digicel apoyó la iniciativa en Haití, la cual cuenta con 78.850 usuarios.

En Bolivia, 1.452 U-Reporters participaron en consultas sobre cambio climático y el rol del sector empresarial, vinculándose a esta iniciativa la empresa comercializadora de automóviles IMCRUZ.

Por su parte, las cadenas de televisión Telecentro y Teleprogreso brindaron cobertura mediática a la red de comunicadores juveniles en Honduras, de la cual hacen parte 8.000 adolescentes.

En Jamaica, UNICEF llegó a 13.800 U-Reporters con el apoyo de FLOW, empresa con la cual también trabajó en el desarrollo de una línea de chat que orienta a los adolescentes y jóvenes sobre salud mental (U-Matter). Con esta iniciativa se brindaron 1.500 sesiones de apoyo a cargo de 20 voluntarios capacitados. Además, se inició el proyecto Fundoo que, a través de una plataforma de aprendizaje por WhatsApp, compartirá contenido con adolescentes y jóvenes sobre las habilidades para el siglo XXI. La plataforma se lanzará en 2023.

A nivel regional, UNICEF lanzó los resultados de la [encuesta](#) U-Report sobre las habilidades que necesitan aprender los adolescentes y jóvenes para el futuro. Entre las percepciones y expectativas compartidas por los 7.000 participantes se puede mencionar que los adolescentes y jóvenes perciben al sector empresarial como un actor clave para su transición al mercado laboral. Demandan de las empresas oportunidades de pasantías, mentorías, así como desarrollo y certificación de habilidades.

De acuerdo con los resultados de la encuesta regional de U-Report, **los adolescentes y jóvenes consideran al sector empresarial un actor determinante para su inserción laboral.**



Incidencia con sector empresarial para hacer frente a la crisis educativa

En el III [Foro Empresarial](#) “Infancia, empresa y futuro” de UNICEF y su Consejo Consultivo Empresarial, realizado en Paraguay, 60 representantes de empresas se sensibilizaron sobre la exclusión educativa infantil en el país y el importante rol que desempeña el sector empresarial para fortalecer iniciativas educativas e incidir en políticas públicas e inversión que impulsen nuevas soluciones que aseguren la educación de cada niño y niña.

En el marco del foro se presentó la iniciativa [Empresas por la Infancia](#) que busca el apoyo de las empresas, incluidas pequeñas y medianas empresas (pymes) para implementar los proyectos de UNICEF, no solo en educación sino en nutrición y salud, protección frente a la violencia, y agua y saneamiento. La iniciativa también incluye acciones encaminadas a una gestión empresarial responsable.

UNICEF, la Fundación Education Above All y el Ministerio de Educación y Ciencia del Paraguay lanzaron una iniciativa en 2022 para traer de vuelta y retener, en los próximos tres años, a más de 30.000 niños y niñas, y crear un programa de búsqueda activa para aquellos niños y niñas que estén fuera de la escuela. Se proyecta que más empresas en el país se sumen a esta iniciativa.

2.3 Protección de la niñez y adolescencia contra la violencia, la explotación y el abuso

- Publicidad, normas de género y violencia
- Prevención del trabajo infantil
- Prevención de la explotación sexual y la violencia
- Protección en entornos digitales





Publicidad, normas de género y violencia

A Review of Advertising in the Caribbean and Its Links to Gender Equality, Gender Norms, and Violence Against Women and Girls



Revisión de la publicidad en México, su relación con la equidad de género, las normas de género y la violencia contra las mujeres y las niñas



Con el apoyo de la Iniciativa Spotlight, UNICEF y el Geena Davis Institute on Gender in Media llevaron a cabo dos estudios, en el [Caribe](#) (Barbados, Jamaica, Santa Lucía, y Trinidad y Tobago) y en [México](#), que conforman el primer análisis sistemático de las representaciones de género en los anuncios publicitarios.

Estos estudios buscan promover la reflexión en estos países y en la región sobre la contribución de la publicidad a la construcción de normas sociales discriminatorias, que representan, en general, a las mujeres como cuidadoras, pero también como objetos del deseo sexual, mientras, frecuentemente, los hombres se representan como trabajadores y “proveedores”. Los anuncios publicitarios estudiados no representan la diversidad de los países focalizados y excluyen en gran medida a los grupos no mayoritarios.

Por lo tanto, aunque los anuncios publicitarios que se revisaron representaban muy pocas

instancias de violencia absoluta o de personajes individuales perpetrando algún daño, las formas sutiles en las que representan y, por consecuencia, refuerzan los roles de género tradicionales podrían sugerir también que es “apropiado” y “normal” castigar a quienes violan estas normas, incluso mediante actos de violencia contra las mujeres y niñas.

Los dos estudios se presentaron en diciembre de 2022, generando, durante su elaboración y al momento de su publicación, diálogos constructivos con actores influyentes, empresas consumidoras o creadoras de publicidad y *marketing*, OSC, las Naciones Unidas y Gobiernos con el fin de cambiar estas prácticas negativas que, desde perspectivas muy prometedoras, logren mejorar la narrativa teniendo en cuenta el enfoque de género en la publicidad en ALC.

Estos estudios buscan promover la reflexión (...) sobre **la contribución de la publicidad a la construcción de normas sociales discriminatorias**, que representan, en general, a las mujeres como cuidadoras, pero también como objetos del deseo sexual, mientras, frecuentemente, los hombres se representan como trabajadores y “proveedores”.



Prevención del trabajo infantil



UNICEF y el Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE) sumaron esfuerzos para la implementación del programa “Casas de la Alegría”, que brinda atención a niños y niñas indígenas y migrantes en riesgo de trabajo infantil en las plantaciones de café. En 2022, se abrieron cinco centros de atención infantil, en coordinación con autoridades locales y OSC, beneficiando a 350 niños y niñas. UNICEF se vinculó estratégicamente con la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED) a fin de identificar oportunidades para la sostenibilidad y el escalamiento del programa en articulación con el sector empresarial.

Como resultado de la colaboración entre UNICEF, ICAFE, autoridades locales y OSC, **350 niños y niñas en riesgo de trabajo infantil se benefician del programa “Casas de la Alegría”.**

Prevencción de la explotación sexual y la violencia



Protección en entornos digitales



En Uruguay, UNICEF trabaja articuladamente con el Gobierno para avanzar en la erradicación de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, involucrando también al sector empresarial como aliado estratégico. En 2022, el Centro de Comerciantes en Neumáticos del Uruguay (CECONEU) consolidó su compromiso con la niñez y adolescencia, participando en la difusión de la campaña de UNICEF [“No hay Excusas”](#) en garajes y talleres de reparación de neumáticos en todo el país.

Se realizaron talleres con 120 trabajadores de ocho empresas del gremio, sensibilizando y transformando creencias y actitudes hacia la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes. En una segunda fase, se distribuyó material de la campaña “No hay Excusas” en los talleres que participaron de esta iniciativa, difundiendo mensajes clave entre sus clientes y la comunidad. Para el 2023, se proyecta escalar esta experiencia piloto a otras cámaras empresariales.

En colaboración con la Cámara de Empresas Gestoras de Residuos (CEGRU) también se realizaron talleres de sensibilización sobre explotación sexual y estereotipos de género, dirigidos a jóvenes de contextos vulnerables. Además, UNICEF brindó asistencia técnica al Ministerio de Turismo en el desarrollo de un nuevo código de conducta para el sector, el cual se proyecta lanzar en 2023.

En México, la Estrategia de Alojamiento Temporal (EAT) desarrollada con gran éxito por UNICEF durante la pandemia de la COVID-19, y con el apoyo de las cadenas de hoteles Grupo Posadas y City Express, fue entregada al Consejo Ciudadano de Seguridad y Justicia de la Ciudad de México en 2022 para su operación y escalamiento. Entre 2020 y 2022, se proporcionó alojamiento gratuito en 19 ciudades a 1.046 mujeres, niños, niñas y adolescentes víctimas de violencia. La EAT ha sido reconocida por las Naciones Unidas y la Iniciativa Spotlight.

La Estrategia de Alojamiento Temporal benefició a **1.046 mujeres, niños, niñas y adolescentes víctimas de violencia** en México.



En el marco de la alianza con Tigo y UNICEF en Nicaragua, se realizaron capacitaciones virtuales y presenciales sobre el uso seguro de Internet, impactando a 536 niños, niñas, adolescentes y jóvenes.

Además, como resultado del piloto sobre la brecha digital de género, 30 niñas y adolescentes indígenas recibieron formación sobre el autocuidado y el uso de las redes sociales.

Igualmente, UNICEF y FLOW en Jamaica facilitaron contenido a adolescentes y jóvenes sobre la protección frente a conductas de acoso y abuso en línea, a través de la iniciativa U-Report que tiene un alcance de 13.800 usuarios.

2.4 Acceso a servicios de agua, saneamiento e higiene, y a un medio ambiente seguro y sostenible

- Regreso a la escuela e higiene
- Promoción de la higiene menstrual
- Promoción de la higiene bucal y lavado de manos
- Medio ambiente y cambio climático





Regreso a la escuela e higiene



Promoción de la higiene menstrual



Alianza con Alicorp en Perú

Gracias al apoyo de Alicorp a la campaña “Regresemos al cole”, UNICEF recibió una donación de 309.000 unidades de desinfectante de manos y 326.000 barras de jabón de tocador, equivalente a US\$800 mil dólares, permitiendo que más de 185.000 niñas, niños y adolescentes tuvieran un regreso seguro a la escuela tras dos años de cierre por la pandemia de la COVID-19 en Perú. Con esta contribución, 380 escuelas de Lima, Trujillo, Tumbes, Huancavelica, Loreto y Ucayali tuvieron acceso a estos productos durante tres meses a través del programa “Más diversidad”.

Este aporte en especie ayudó a promover el lavado y desinfección de manos como hábitos saludables dentro del entorno educativo. La iniciativa también contó con una campaña mediática a nivel nacional para impulsar prácticas preventivas al asistir a la escuela. Alicorp ha demostrado ser un gran aliado de UNICEF. La empresa donó concentradores de oxígeno para apoyar a UNICEF en la lucha contra la pandemia de la COVID-19, fortaleciendo los servicios de salud en Loreto, Huancavelica y Ucayali. Su compromiso constante es crucial para mejorar la vida de los niños, niñas y adolescentes en el país.



Alianza con Essity en México

Essity y UNICEF llevan trabajando juntos desde 2016 con el propósito de garantizar entornos adecuados en las escuelas, a través del fortalecimiento de los servicios de agua, saneamiento e higiene, la promoción de herramientas y acciones de incidencia política para una menstruación digna en México.

En 2022, Essity renovó su compromiso de seguir apoyando a UNICEF durante tres años más bajo el lema “La higiene es nuestro derecho”. Essity contribuyó con US\$300 mil dólares durante 2022 a los programas de UNICEF y desarrolló una campaña de *Marketing con Causa* a través de su marca Saba que recaudó US\$75 mil dólares para el desarrollo de OKY en México, una aplicación para la gestión menstrual.

Gracias al apoyo de Essity, más de 40.000 niñas, niños, adolescentes y maestros se han beneficiado con la mejora de las condiciones higiénico-sanitarias en las escuelas, el cambio de prácticas de higiene personal, la incidencia y el fortalecimiento de la educación integral de la sexualidad, implementada a nivel federal, y con acciones puntuales en Baja California, Chihuahua, Guerrero y el Estado de México.



Otras campañas sobre agua e higiene menstrual

En Venezuela, empresas como UNILEVER, P&G y Hope Medical, participaron en las campañas de conmemoración del Día Mundial del Agua y de la Higiene Menstrual. Mediante mensajes en redes sociales y actividades presenciales, se sensibilizó sobre los riesgos de la falta de agua potable y de servicios y prácticas adecuadas de higiene. Cadenas de droguerías y supermercados también se sumaron a esta campaña y a otras actividades relacionadas con la promoción de la higiene y de los derechos de la niñez y adolescencia.



Promoción de la higiene bucal y lavado de manos



Colgate Palmolive

Con el apoyo de Colgate Palmolive, UNICEF llegó a 26.149 niños y niñas con 60.000 kits de higiene bucal en Paraguay. Se brindó formación en higiene bucal y lavado de manos a niños, niñas, docentes y voluntarios de la comunidad, incluidos padres y madres. En total, 20 Gobiernos locales apoyaron activamente esta iniciativa y ocho de ellos promovieron acciones de política pública en la materia.



Medio ambiente y cambio climático

niñez y adolescencia en el desarrollo de nuevos proyectos energéticos en el país. En respuesta al cierre de las centrales eléctricas de carbón, el Ministerio de Energía puso en marcha la Estrategia de Transición Socioecológica Justa, de la cual hace parte activa UNICEF, facilitando espacios de participación a adolescentes de los territorios considerados en esta política, y que contribuirán a la elaboración de los planes de acción comunal. Se proyecta que estos planes reconozcan y consideren la voz y el rol de los adolescentes en la agenda climática.



Wavin Plastigama

A través de la estratégica colaboración de UNICEF con Wavin Plastigama en Ecuador, se implementaron 12 sistemas comunitarios de agua, beneficiando a 7.595 personas de 12 comunidades rurales del cantón Cayambe, brindando agua potable a 1.519 hogares. Además, se recibieron estaciones de lavado de manos que se entregaron a 34 centros de desarrollo infantil y 31 escuelas del cantón, fortaleciendo el acceso a servicios de higiene y promoviendo prácticas de lavado de manos entre 10.377 niños y niñas.



Participación adolescente en la Transición Socioecológica Justa

UNICEF firmó un Memorando de Entendimiento (MdE) con el Ministerio de Energía de Chile para brindar apoyo técnico al Gobierno y a las empresas sobre la inclusión de los derechos de la

A su vez, UNICEF y el Ministerio de Energía trabajan en el desarrollo de una metodología para la participación de adolescentes en los territorios priorizados, y en una guía general de participación en proyectos energéticos para las empresas. En 2022, también se realizaron talleres sobre la responsabilidad de respeto de las empresas de los derechos de la niñez y adolescencia a funcionarios públicos, comunidades de influencia de las centrales eléctricas, y empresas.



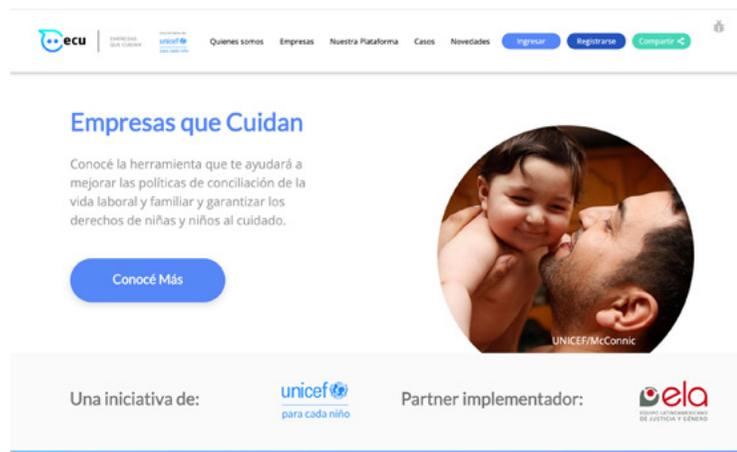
Gracias a la alianza con **Wavin Plastigama en Ecuador, 10.377 niños y niñas tienen acceso a servicios de higiene para el lavado de manos, y 1.519 hogares tienen acceso a agua potable.**

2.5 Políticas sociales, de cuidado y acceso a sistemas de protección social

- Políticas de cuidado sobre la conciliación familiar y laboral
- Otras iniciativas de conciliación familiar y laboral



Políticas de cuidado sobre la conciliación familiar y laboral



Iniciativas sobre el cuidado y el sector empresarial

Mediante la iniciativa “Empresas que Cuidan” (ECU), UNICEF desarrolló una variedad de actividades que posicionan cada vez la agenda de cuidado en Argentina. En 2022, ECU llegó a 413 empresas y asociaciones empresariales e impactó indirectamente, entre grandes empresas y pymes, a más de 472.000 niños y niñas. En promedio, 480 empresas han utilizado la [plataforma ECU](#) para revisar y mejorar sus políticas de conciliación de la vida laboral y familiar.

En 2022 se llevaron a cabo talleres de sensibilización y promoción de estas políticas en el entorno laboral, impartidos principalmente a pymes en alianza con Gobiernos locales y cámaras empresariales. Además, UNICEF organizó y lideró ocho mesas de trabajo con el sector empresarial, en las que participaron 94 representantes de cámaras y federaciones empresariales, entre otros actores relevantes públicos y privados. En estos espacios de diálogo, se identificaron propuestas para la promoción y adopción de políticas de cuidado y la conciliación de la vida laboral y familiar.

Las propuestas y conclusiones en esta temática, así como en las demás áreas priorizadas y seleccionadas por UNICEF a 2025 se presentaron en el II [Foro](#) “Empresas por la Infancia y Adolescencia 2025” en el que participaron más de 200 representantes del ecosistema empresarial. En el evento también se presentó la [publicación](#), que sistematiza y compila las prioridades de UNICEF en Argentina en relación con el sector empresarial y los derechos los niños, niñas y adolescentes, y que marca una agenda de trabajo conjunta hacia 2025.

Con la iniciativa “Empresas que Protegen”, UNICEF en Bolivia también escaló la agenda de cuidado, colaborando con 38 empresas, beneficiando a 1.168 familias y llegando a 3.645 niños y niñas. En 2022, se llevaron a cabo actividades de sensibilización a padres, madres y cuidadores trabajadores sobre salud mental y crianza amorosa y sensible. A través de la [plataforma digital](#) de la iniciativa, las empresas pueden acceder a herramientas, guías y recursos sobre lactancia, crianza y salud mental.



Promoción de licencias parentales extendidas y remuneradas

Con el apoyo de la empresa de telecomunicaciones +Móvil Panamá, el mayor operador de telefonía móvil en el país y que cuenta con la licencia de paternidad más extensa en Panamá (ocho semanas), UNICEF realizó actividades de sensibilización sobre la importancia y los beneficios de adoptar y extender la licencia de paternidad remunerada. El caso de +Móvil se presentó en eventos locales y regionales, con la OIT, como buena práctica para motivar su adopción entre las empresas. +Móvil también apoyó a UNICEF en la difusión de mensajes sobre la importancia del desarrollo integral de la primera infancia, en el marco de la campaña nacional “Primero la Primera Infancia”.

Como resultado de una intensa incidencia política, UNICEF en República Dominicana contribuyó a la promulgación del Decreto 312-22 que reglamenta la extensión de la licencia de paternidad de 2 a 15 días para los servidores públicos. El decreto, que también establece otros beneficios de tiempo flexible para promover la paternidad responsable, ha sido acogido, de forma voluntaria, por muchas empresas en el país. En 2023, se proyecta continuar abogando para que la licencia de paternidad se extienda a todos los trabajadores del sector empresarial (actualmente el Código Laboral otorga solo dos días).

Como resultado de una activa incidencia política de UNICEF en República Dominicana, el **Gobierno Nacional aprobó y reglamentó la extensión de la licencia de paternidad para funcionarios públicos.**



Acceso a centros de desarrollo infantil temprano

En Paraguay, UNICEF realizó la sistematización del modelo del centro de desarrollo de la primera infancia “[El Hornerito](#)”, construido y equipado por el Grupo Las Tacuaras, aliado estratégico y miembro del Consejo Consultivo Empresarial. Desde 2022, el Hornerito beneficia a 50 niños y niñas de 0 a 3 años, hijos e hijas de trabajadores, y a niños y niñas de la zona de influencia de la empresa. El Grupo Las Tacuaras cedió los planos del centro al Ministerio de Educación y al Ministerio de la Niñez y Adolescencia, como referente para la construcción de 17 centros de primera infancia en todo el país.

En Argentina, se reglamentó el artículo 179 de la Ley de Contrato de Trabajo sobre el establecimiento de servicios de cuidado infantil en las empresas. Mediante acciones de promoción con el sector empresarial, UNICEF informó y sensibilizó acerca del Decreto 144/2022, el cual establece los criterios para la prestación de servicios de cuidado infantil en las empresas con al menos 100 trabajadores. Con el fin de apoyar su implementación, se avanzó en la generación de evidencia sobre buenas prácticas empresariales, destacando las oportunidades y los beneficios, tanto para los empleadores como para las madres y padres trabajadores, de incorporar estos espacios de cuidado. La publicación se lanzará en 2023 y se llevarán a cabo acciones de promoción con las empresas.



Apoyo a la lactancia materna en el lugar de trabajo

Considerando que México es el país con mayores niveles de obesidad infantil en el mundo, el sector empresarial es fundamental para mejorar las prácticas de lactancia materna y lograr un impacto significativo. De acuerdo con la estrategia de promoción de la [lactancia materna](#) en el ámbito laboral, UNICEF, en 2022, suscribió un MdE con el Ministerio del Trabajo para fortalecer las acciones a favor de la lactancia materna. En el [evento](#) de firma del MdE, al cual asistieron 5.464 personas, se hizo el relanzamiento de la [guía nacional](#) sobre la lactancia materna en los centros de trabajo.

UNICEF también apoyó al Ministerio en el desarrollo de una nueva Norma Oficial Mexicana: NOM-037 que promueve el teletrabajo en mujeres embarazadas y lactantes, y protege la lactancia materna. Además, en articulación con el Ministerio

del Trabajo y el Ministerio de Educación, se desarrollaron y difundieron dos cursos masivos abiertos en línea (MOOC, por sus siglas en inglés) sobre protección y apoyo de la [lactancia materna](#) y [alimentación complementaria](#), con más de 8.000 trabajadores y empleadores, y 9.000 agentes educativos que completaron los cursos.

En colaboración con los Ministerios del Trabajo y de Salud, UNICEF lideró el desarrollo de un certificado para empresas amigas de la lactancia materna, otorgado a 41 empresas, y brindó orientación a 1.386 empleados. Además, se realizaron tres foros empresariales sobre promoción de la lactancia materna con la participación de 43 empresas, y se llegó a 41 empresas a través de eventos virtuales, con un impacto indirecto en 460.000 niños y niñas.



Otras iniciativas de conciliación familiar y laboral



De acuerdo con la ley “Amor Convertido en Alimento”, aprobada en 2022, UNICEF apoyó al Gobierno de El Salvador a regular la implementación de las salas de lactancia en el lugar de trabajo, y sensibilizó al sector empresarial sobre los requisitos para el establecimiento y operación de salas de lactancia en sus instalaciones.

En Colombia, en el marco de la alianza con el Banco de Bogotá, se continuó promoviendo el programa “Primeros Pasos” como buena práctica empresarial y referente en eventos regionales de UNICEF y la OIT. Con el Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá, se realizó una campaña masiva sobre lactancia materna y el uso de las cuatro salas de lactancia instaladas, en 2021, con el apoyo técnico de UNICEF. A través de esta campaña, se llegó a 500.000 seguidores en redes sociales.

En Guatemala, se hizo el relanzamiento de la [Iniciativa](#) Espacios Amigos de la Lactancia Materna en el lugar de trabajo en alianza con el Ministerio del Trabajo. El comité de lactancia brindó acompañamiento y asistencia técnica a instituciones públicas y empresas. Además, UNICEF apoyó al Ministerio en el desarrollo de un sistema de certificación sobre lactancia materna. En 2022, cinco empresas fueron certificadas y se proyecta que en 2023 el Ministerio lidere y extienda el programa a las empresas que cumplan con los requisitos.

En Paraguay, 81 empresas fueron capacitadas en gestión e instalación de salas de lactancia. De procesos de formación previos, UNICEF otorgó un reconocimiento a 61 empresas por su compromiso con la instalación de salas de lactancia y la adopción de prácticas que promueven la lactancia y apoyan a las madres lactantes.

También se destacan iniciativas sobre generación de conocimiento. En Uruguay, se desarrollaron dos investigaciones sobre políticas amigables para la familia y la implementación de salas de lactancia materna en los centros de trabajo, que permitirán, en 2023, realizar acciones de incidencia con el sector empresarial.

En colaboración con ICC México, UNICEF también realizó una encuesta sobre políticas amigables para la familia a 75 empresas, cuyos resultados se difundieron en diferentes medios de comunicación y facilitaron la promoción de dichas políticas entre el sector empresarial y con el apoyo del Gobierno



©Manuela Cavadas



Alianza con RaiaDrogasil en Brasil

En 2022, RaiaDrogasil contribuyó con US\$230 mil dólares para apoyar dos proyectos fundamentales para la agenda de UNICEF en Brasil. En primer lugar, contribuyó al desarrollo de acciones de educación, salud y protección en más de 2.000 municipios de la región de la Amazonía y la semiárida en el marco de la iniciativa “Sello UNICEF” (Selo UNICEF, en portugués). Este es uno de los principales programas de UNICEF en el país, orientado a garantizar los derechos de los niños, niñas y adolescentes mediante la incidencia en políticas públicas.

En segundo lugar, RaiaDrogasil ha apoyado programas para fortalecer la capacidad de atención de UNICEF a adolescentes y jóvenes (entre 13 y 24 años) en temas relacionados con la salud mental, a través de la plataforma “Puedes Hablar” (Pode Falar, en portugués). Desde 2019, se realizan de forma periódica campañas de *marketing* con la marca Needs de la empresa, apoyando la agenda de dignidad menstrual, agua, saneamiento e higiene.

2.6 Prevención de desastres y acción humanitaria

- Coordinación regional e implementación de pilotos
- Otras contribuciones empresariales ante emergencias climáticas





Coordinación regional e implementación



Con el apoyo del Bureau of Humanitarian Affairs de The U.S. Agency for International Development (USAID, por sus siglas en inglés), UNICEF implementó el segundo año de la iniciativa Business and Community Resilience en el Caribe Oriental, Guatemala y Perú, logrando el involucramiento del sector empresarial en espacios clave de coordinación humanitaria, el establecimiento de nuevos espacios de conversación entre actores relevantes en los países piloto, la promoción y coordinación entre actores humanitarios, Gobiernos y el sistema de las Naciones Unidas, y el establecimiento de alianzas concretas con asociaciones empresariales y empresas.



UNICEF y sus aliados continuaron colaborando con grupos de trabajo interinstitucionales del sector empresarial y se involucraron a través de redes existentes como la Iniciativa de Conexión Empresarial (CBI, por sus siglas en inglés), la Alianza del Sector Privado para las Sociedades

Resilientes a los Desastres (ARISE, por sus siglas en inglés) y otras iniciativas de la región como la Iniciativa de Inversión Caribbean Corporate Investment for Resilience (CCIR, por sus siglas en inglés) de Global Knowledge Initiative (GKI, por sus siglas en inglés).

El Caribe Oriental

En el Caribe Oriental, se completó un análisis detallado de las oportunidades de asociación con el sector empresarial. Los resultados se presentaron en un evento de cocreación organizado con la Agencia Caribeña de Emergencias en Casos de Desastre (CDEMA, por sus siglas en inglés) y contó con el apoyo de la Red de Cámaras de Comercio del Caribe (CARICHAM, por sus siglas en inglés). En el evento, al que asistieron 180 representantes del sector empresarial, del sector público y de la comunidad humanitaria, se instó a las empresas a comprometerse con la respuesta humanitaria, y se hizo un llamado para mejorar la coordinación entre los diferentes actores públicos y privados.

Sumado a esto, se elaboró una [lista de chequeo](#) sobre políticas amigables para la familia en el lugar de trabajo, como suplemento al plan de continuidad empresarial (BCP, por sus siglas en inglés), con consideraciones para que las empresas evalúen hasta qué punto su BCP integra medidas de prevención, preparación y recuperación que protejan a los trabajadores y sus familias ante catástrofes. CARICHAM, que representa a 100.000 pymes, adoptó la lista de chequeo y un grupo de sus miembros la integró tanto en su BCP como en su estrategia de prevención, a fin de garantizar la protección de la niñez y adolescencia en situaciones de emergencia.

Guatemala

En Guatemala, UNICEF finalizó dos análisis de entorno que permitieron reconocer la capacidad y experiencia del sector empresarial para apoyar las actividades de preparación y respuesta ante emergencias, y fortalecer la resiliencia de las comunidades. Tanto la iniciativa Business Community Resilience como los resultados de los análisis se presentaron en tres talleres de cocreación que contaron con la participación de 25 empresas.

UNICEF, con el apoyo del Programa Mundial de Alimentos (PMA), organizó el [taller](#) nacional “Generando entornos resilientes en Guatemala”. Otros dos talleres se llevaron a cabo en los departamentos de Quiché y Cobán. Como resultado, se elaboraron insumos para orientar el contenido de talleres y cursos para el fortalecimiento de capacidades del sector empresarial en 2023, así como hojas de ruta para avanzar en esta agenda.

Adicionalmente, con el Pacto Global y el Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras (CACIF), se organizaron sesiones de capacitación donde las empresas fueron sensibilizadas acerca de su rol frente a la protección de los derechos de la niñez y adolescencia en contextos de emergencia.

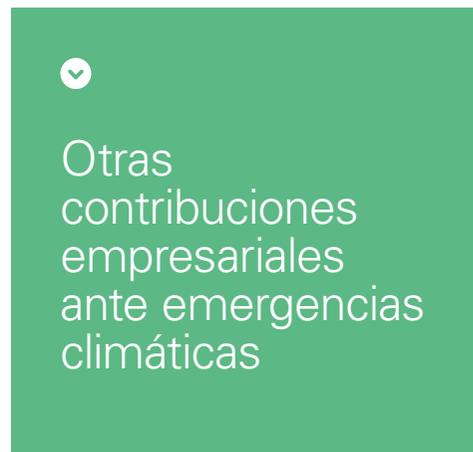


Perú

En Perú, se hizo el lanzamiento del análisis “Potencial del sector privado para construcción de entornos resilientes” y se organizó un [evento](#) de cocreación empresarial, de la mano de la Oficina de las Naciones Unidas y el Pacto Global, sobre soluciones innovadoras para una mejor gestión de riesgo de desastres (GRD), aprovechando la capacidad, el conocimiento y las redes de contacto del sector empresarial. A este evento, se sumaron tres sesiones de cocreación que sentaron las bases para la colaboración público-privada en Perú.

También se establecieron alianzas en materia humanitaria y de resiliencia con la organización de la sociedad civil Hombre a Hombre, mediante la firma de un MdE en diciembre de 2022, y con instituciones públicas centradas en la GRD como el Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI) y el Centro Nacional de Estimación, Prevención y Reducción del Riesgo de Desastres (CENEPRED). Como resultado del trabajo conjunto con CBi, Hombre a Hombre se incorporó a esta iniciativa, convirtiéndose en la tercera red de la región, y se llevaron a cabo actividades conjuntas como el intercambio entre pares de Hombre a Hombre y la Fundación Filipina para la Resiliencia (PDRF, por sus siglas en inglés).

Además, con la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP) se firmó un MdE, que incluye una línea de acción específica sobre la prevención y la GRD orientada a la protección de la niñez y adolescencia. Con Talma, operador logístico del Aeropuerto Internacional de Lima, se estableció una estratégica relación para llegar a niños, niñas y adolescentes vulnerables, sobre todo en situaciones de emergencia, por medio de la exoneración del pago de gastos de importación (Declaración de Destino de Donación).



En Belice, UNICEF y el proveedor de servicios financieros DigiWallet colaboraron en el desarrollo de un mecanismo innovador de pago de transferencias monetarias a familias vulnerables, por medio del cual se entregó asistencia humanitaria de forma rápida y efectiva a los niños, niñas y adolescentes más rezagados, y afectados por situaciones de emergencia.

Con el apoyo de la empresa de telecomunicaciones Claro se difundieron mensajes y material de comunicaciones en Nicaragua para proteger a los niños, niñas y adolescentes durante el paso del huracán Julia en octubre de 2022.

La colaboración entre **UNICEF y DigiWallet** en Belice facilitó la entrega rápida de ayuda de ayuda humanitaria a familias vulnerables, mediante el desarrollo de un mecanismo innovador de pagos.



3.

Mitigación de impactos adversos del sector empresarial en la niñez y adolescencia

Conforme con la agenda de empresas y derechos de la niñez y adolescencia en la región, UNICEF conmemoró los 10 años de la adopción de los Derechos del Niño y Principios Empresariales en 2022. Asimismo, contribuyó al diseño de políticas públicas sobre empresas y derechos humanos y a la integración de indicadores sobre los derechos de la niñez y adolescencia en reportes de sostenibilidad.

Primera década de los Derechos del Niño y Principios Empresariales

En el marco del décimo aniversario de los Derechos del Niño y Principios Empresariales, UNICEF llevó a cabo una serie de actividades con aliados empresariales y de Gobierno para celebrar los avances y hacer un llamado a la acción. En alianza con Deloitte S-Latam, se publicó el [reporte](#) de la encuesta regional **¿Qué están haciendo las empresas por la niñez y adolescencia?**, que hace un balance de las iniciativas que implementan 305 empresas en 13 países de ALC a favor de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

El proyecto de Conducta Empresarial Responsable (CER) en ALC (CERALC), el Pacto Global y Corresponsables fueron aliados estratégicos en la promoción de la encuesta, la socialización del informe, y en el desarrollo de actividades conjuntas para celebrar y promover los principios empresariales.

Aprovechando el alcance del VII [Foro](#) Regional de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos para ALC, que tuvo lugar en Bogotá, UNICEF y el Pacto Global llevaron a cabo un taller de formación con los puntos focales del Pacto Global en la región, y un taller de cocreación sobre los próximos 10 años de los principios empresariales, que contó con la participación de 35 empresas adheridas de la región.

Asimismo, se realizó un evento de celebración al que asistieron alrededor de 90 aliados, así como los actores públicos y privados más relevantes que movilizan la agenda de empresas y derechos humanos en ALC.

Durante el foro, UNICEF organizó y moderó la [sesión](#) “Derechos del Niño y Principios Empresariales: 10 años de rendición de cuentas y acción”. En la sesión se compartieron los logros y avances legislativos en materia de las empresas y los derechos de la niñez y adolescencia, buenas prácticas empresariales adoptadas, así como los retos y las oportunidades para que Gobiernos y empresas visibilicen e integren de manera sistemática los derechos de los niños, niñas y adolescentes en la CER.

A nivel local, también se llevaron a cabo actividades de conmemoración en las cuales se destacaron buenas prácticas de empresas y OSC, y medidas que pueden adoptar las empresas para respetar y promover los derechos de la niñez y adolescencia en sus operaciones y relaciones comerciales. Es así como UNICEF y el Gabinete de Niñez y Adolescencia en República Dominicana desarrollaron el VII [Foro](#) Empresarial “Hacia un liderazgo sostenible con la niñez: empresas responsables, empresas rentables”.

En Guatemala, se sensibilizó a cerca de 400 líderes sobre los principios empresariales, la equidad de género y los ODS en el [encuentro](#) “Todos por los ODS: Alianza para el Progreso”, organizado por la plataforma empresarial CentraRSE. Y, en el marco del Congreso Nacional del Pacto Global, UNICEF en Colombia sensibilizó a 300 representantes de empresas y OSC sobre los principios empresariales. También se organizaron [eventos](#) virtuales en colaboración con las plataformas empresariales AED en Costa Rica y UNIRSE en Nicaragua.



UNICEF lideró una serie de eventos regionales y locales para celebrar los 10 años de los principios empresariales y hacer un llamado a la acción al sector empresarial para que visibilice e integre de manera sistemática los derechos de la niñez y adolescencia en la conducta empresarial responsable durante la próxima década.

Debida diligencia empresarial en materia de derechos humanos

En alianza con los miembros del proyecto CERALC, UNICEF en Argentina continuó apoyando al Gobierno Nacional en el diseño del plan de acción nacional sobre las empresas y los derechos humanos. A inicios de 2023 se entregará un informe técnico para la elaboración de la línea de base nacional (LBN), a cargo de la Defensoría del Pueblo de la Nación, que incorpora la perspectiva de los derechos de la niñez y adolescencia. En el desarrollo de este diagnóstico se tuvieron en cuenta los resultados de una encuesta realizada a 815 U-Reporters sobre su percepción del sector empresarial y el respeto de sus derechos.

En la elaboración del reporte técnico, **UNICEF en Argentina incluyó la voz de 815 adolescentes y jóvenes (U-Report)**, quienes compartieron su percepción del sector empresarial y el respeto de sus derechos.

Integración de la niñez y adolescencia en reportes de sostenibilidad

Respecto a intervenciones intersectoriales, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y UNICEF en Perú colaboraron en el desarrollo del módulo de niñez y adolescencia de la herramienta [SDG Corporate Tracker](#) (SDG-CT), que mide el aporte del sector empresarial al logro de los ODS. Los resultados que se obtendrán en 2023 permitirán adelantar actividades de incidencia con CONFIEP y empresas a fin de visibilizar y promover la integración de los derechos de la niñez y adolescencia en las políticas y prácticas corporativas.

En Colombia se replicó esta iniciativa, mediante esfuerzos conjuntos entre UNICEF, el PNUD, Global Reporting Initiative (GRI, por sus siglas en inglés) y el Departamento Nacional de Planeación. En la herramienta [SDG-CT](#) se incluyeron preguntas clave relacionadas con los tres ámbitos de los Derechos del Niño y Principios Empresariales. Así mismo, UNICEF colaboró con el Pacto Global y la Cámara de Comercio de Bogotá para integrar un conjunto de preguntas similares en la iniciativa de medición [Unidos por los ODS](#). Los resultados, que proporcionarán una línea de base estadísticamente representativa, contribuirán a posicionar los derechos de la niñez y adolescencia en la agenda empresarial.

Hacia la siguiente década de los Derechos del Niño y Principios Empresariales

En relación con los impactos adversos de las empresas en los derechos humanos, durante la próxima década de los Derechos del Niño y Principios Empresariales, UNICEF enfocará sus esfuerzos de promoción e incidencia, colaborando con Gobiernos y actores del ecosistema empresarial, en las siguientes [prioridades](#) para la región:

Hacer visibles los derechos de los niños, niñas y adolescentes para que las empresas reconozcan los impactos adversos que tienen en toda la gama de sus derechos, no solo los relacionados con el trabajo infantil. En ALC, las prioridades programáticas en esta agenda son las siguientes:

- Políticas amigables para la familia en el lugar de trabajo
- Prevención de la violencia contra niñas y mujeres (incluyendo los entornos digitales)
- Prevención del sobrepeso y la obesidad infantil
- Prevención y respuesta a emergencias
- Mitigación y adaptación a la crisis climática
- Integración del enfoque de los derechos de la niñez y adolescencia en mecanismos regionales y nacionales de debida diligencia empresarial

Integrar los derechos de la niñez y adolescencia en marcos normativos sobre debida diligencia obligatoria en materia de derechos humanos, así como en los análisis

de los criterios ambientales, sociales y de gobernanza, y de riesgos de inversión.

Fortalecer marcos legales e institucionales adecuados para proteger, respetar y garantizar los derechos de la niñez y adolescencia en las operaciones empresariales.

Escuchar la voz de los niños, niñas y adolescentes facilitando sistemas que apoyen su empoderamiento para que participen en diálogos significativos con las empresas y los responsables de la toma de decisiones sobre las cuestiones que les conciernen.



TRAZANDO EL CAMINO:
Integración de los derechos de los niños, niñas y adolescentes en la conducta empresarial responsable
Resumen

12345678910



4.

Acelerando la contribución del sector empresarial a favor de los derechos de los niños, niñas y adolescentes

El informe anual de UNICEF sobre el **compromiso del sector empresarial y los derechos de la niñez y adolescencia en ALC** destaca los logros y desafíos de la colaboración entre las empresas y UNICEF para la protección y promoción de los derechos de la niñez y adolescencia en la región.

En el informe se resalta el papel fundamental que tiene el sector empresarial en el logro de los **resultados programáticos de UNICEF y en la consecución de los ODS** de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. Asimismo, se menciona la importancia de que las empresas respeten los derechos de los niños, niñas y adolescentes en el desarrollo de sus operaciones, incluyendo sus cadenas de suministro, y que contribuyan a la realización de sus derechos en las comunidades donde operan.

También se **destacan las alianzas e iniciativas en las que UNICEF trabajó con el sector empresarial** en la región durante 2022, en temáticas tales como salud, nutrición, educación, protección, cambio climático, agua y saneamiento, emergencias, entre otros. Además, resalta la importancia de las colaboraciones público-privadas en pro de la protección y promoción de los derechos de la niñez y adolescencia.

Durante 2023 y hacia 2030, fecha límite de los ODS, UNICEF hace un **llamado al sector empresarial a comprometerse con los niños, niñas y adolescentes** para contribuir estratégicamente a su desarrollo y bienestar. También se convoca al sector empresarial a incorporar acciones de impacto positivo en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad de su zona de influencia, mientras aborda los impactos adversos que sus actividades y relaciones comerciales puedan causar en los derechos de la niñez y adolescencia. Creemos que las empresas de ALC puedan ser referentes del respeto y la promoción de sus derechos.

¡Así como cientos de empresas en la región, **usted puede hacer la diferencia**, contribuyendo a cambiar la vida de los niños, las niñas y los adolescentes, y de las futuras generaciones!



En este sentido, invitamos al sector empresarial a acercarse a UNICEF para explorar juntos cómo puede **contribuir a atender los grandes retos para los niños, niñas y adolescentes** en nuestra región, como lo son, entre otros:

- La crisis de la educación y la pérdida de aprendizaje
- El cambio climático y los desastres
- La preocupante disminución de la inmunización
- La crisis migratoria
- El impacto adverso de ciertas actividades empresariales en la niñez y adolescencia

Estos retos afectan de manera desproporcionada a los niños, niñas y adolescentes, y necesitan urgentemente de la financiación, la innovación e influencia del sector empresarial.

En UNICEF creemos que, juntos, podemos crear un mejor futuro para cada infancia en América Latina y el Caribe.

© Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)
Junio 2023

Oficina Regional para América Latina y el Caribe
Calle Alberto Tejada, edificio 102, Ciudad del Saber
Panamá, República de Panamá
Apartado postal: 0843-03045
Tel: + 507 301 7400

www.unicef.org/lac

uniceflac@unicef.org