



Diversidad en las Calles

Categoría:

Categoría 2 Sustentabilidad / 2.2 Sustentabilidad social
Buenos Aires, General

Título del programa:

Diversidad en las Calles

Nombre de la compañía:

SAP

Consultora que desarrolló el plan:

MagmaComms (Argentina - Medios)

Persona responsable del plan de comunicación:

Lautaro Spotorno, director de Comunicación de SAP Región Sur

Twitt que identifica el propósito del programa:

#SAP promueve con #DiversidadenlasCalles historias de diversidad e inclusión inspiradoras.

THE BEST RUN



1. Introducción

Abrazar las diferencias. Ese es uno de los cinco pilares sobre los que está fundada SAP, una de las proveedoras de software de aplicaciones para empresas más grandes del mundo, con más de 437.000 clientes corporativos y del sector público a los que ayuda a operar en forma rentable, adaptarse continuamente y crecer con sustentabilidad gracias al empleo de las últimas innovaciones tecnológicas disponibles, desde **machine learning** hasta internet de las cosas, desde inteligencia artificial hasta la nube, pasando por un etcétera interminable.

Cuando la compañía definió sus principios, a los que denominó **How We Run** (Cómo Operamos), la diversidad y la inclusión fueron, como se mencionó, uno de los elementos esenciales: es un objetivo de la organización que cada uno de sus colaboradores pueda ser auténtico en el ámbito de trabajo.

La cantidad de iniciativas que dan apoyo en el día a día a esta visión se multiplican. Las redes de empleados Employee Network Groups ya cuentan alternativas como Pride@SAP, enfocada en la comunidad LGBTQ+, Business Women's Network para el desarrollo de talentos femeninos, Ethnicities@SAP orientada a la concientización e inclusión de las minorías de cualquier raza o etnia y Differently Abled People –lanzada en 2019- para promover el desarrollo de personas con discapacidad. Todas estas redes son de tipo inclusivo: no es necesario ser parte del grupo minoritario para participar.

Puntualmente en Argentina, desde 2016 se desarrolla el programa Autism At Word, para la inclusión laboral de personas con trastornos del espectro autista (TEA), que contó con el apoyo de la Asociación Argentina de Padres de Autistas (APAdA) y Specialisterne, una organización reconocida a nivel internacional que lidera la captación de talentos autistas para el sector de tecnología. Este programa fue declarado “de interés nacional” por la Cámara de Diputados de la Nación en 2017.

El nacimiento de la iniciativa **Diversidad en las Calles** surge de la necesidad de SAP de divulgar, compartir y promover sus buenas prácticas en materia de inclusión hacia el exterior de la compañía, así como estimular la diversidad a partir de la réplica de las acciones llevadas a cabo puertas adentro de la empresa. El proyecto se llevó a cabo en todas las unidades de América Latina y el Caribe incluyendo, por supuesto, la Argentina.



2. Estrategia

Los objetivos trazados a la hora de pensar **Diversidad en las Calles** fueron:

- Generar mayores niveles de visibilidad y conciencia acerca de la importancia de la diversidad y la inclusión en todos los ámbitos, incluido el laboral.
- Detectar y compartir historias de diversidad e inclusión entre los trabajadores de SAP que pudieran ser inspiradoras, estimulantes y representativas.
- Detectar canales de comunicación que se comporten como agentes de integración que, a partir de la narrativa de esas historias, sirvan como disparador para inspirar a las personas.
- Que esos canales permitan transmitir el mensaje tanto al público conectado digitalmente como a aquel que no estuviese tan conectado con los dispositivos **online**.
- Que estuvieran cubiertos los cuatro pilares de diversidad e inclusión que se trabajan dentro de la compañía: inteligencia de género, inteligencia generacional, cultura e identidad y capacidades diversificadas.



3. Estrategia

El primer paso para llevar a la práctica la iniciativa fue buscar historias estimulantes de diversidad e inclusión dentro de SAP. Para eso, se realizaron entrevistas personales con diferentes empleados con el objetivo de dar con esas narraciones que pudieran tener algún efecto en el aspecto colectivo, es decir, con retratos que fuesen representativos. Este paso inicial se dio en julio de 2017.

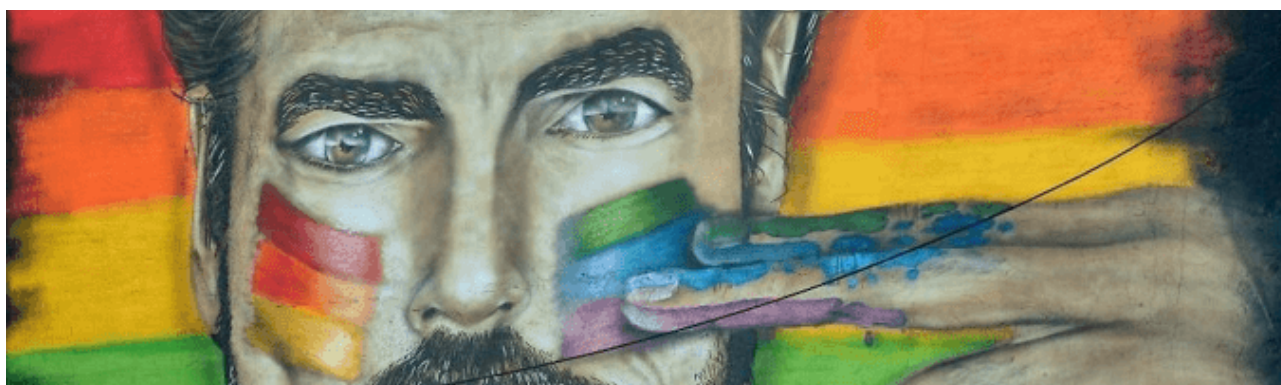
El segundo paso fue definir los espacios: los muros, que suelen ser considerados símbolos de división y exclusión, se convirtieron en **Diversidad en las Calles** en un canal de democratización de la información. Se convocó a artistas callejeros para que sobre un grupo de paredes de diez ciudades seleccionadas -Buenos Aires (Argentina), São Leopoldo, Río de Janeiro y São Paulo (Brasil), Santiago (Chile), Bogotá (Colombia), Lima (Perú), San Juan (Puerto Rico), Ciudad de México y Miami (Estados Unidos)- expresara, en grafiti, los personajes elegidos y sus historias. La curaduría, que priorizó los rasgos humanos, seleccionó al artista argentino Seba Cener para llevar a cabo los grafitis en algunos de los países de la región. Los primeros muros intervenidos fueron presentados en marzo de 2018.

El tercer paso fue el lanzamiento de la iniciativa en el mundo online: se lanzó el hub digital diversidadenlascalles.com, con sus versiones en portugués (diversidadenasruas.com) y en inglés (diversityinthestreets.com). En consonancia con el espíritu de diversidad e inclusión del proyecto, el sitio fue desarrollado íntegramente con herramientas de disponibilidad, de forma que estuviera accesible a todos los públicos. En paralelo se creó la cuenta de Instagram [@diversityinthestreets](https://www.instagram.com/diversityinthestreets) como forma de dejar un registro del proceso creativo de los artistas seleccionados y el trabajo desarrollado por estos en las diferentes paredes.

La comunicación, en resumen, se realizó a través de dos canales principales:

- Espacios democráticos (las paredes de las ciudades) que sirven como vitrina para verter los conceptos de la campaña.
- Una plataforma digital desarrollada especialmente para el proyecto como central de divulgación de los contenidos de la campaña.

El proyecto continúa vigente e involucró hasta la fecha, considerando personal externo (agencias y consultoras) e interno de SAP, unas 200 personas.



4. Resultados

El impacto del proyecto se puede corroborar en múltiples dimensiones:

- Comunicación interna. La gran mayoría de los colaboradores que estuvo en contacto con el proyecto señaló estar muy orgulloso de **Diversidad en las Calles**, incluyendo los protagonistas de las historias seleccionadas y sus compañeros directos. Por otra parte, la iniciativa estimuló que se hicieran dentro de la organización hasta tres reuniones semanales de benchmarking sobre diversidad.
- Comunicación con clientes. El tema de la campaña fue abordado en diferentes eventos con clientes de SAP en todo Latinoamérica. Se estima que más de 1.400 clientes, además del público asistente a esos encuentros, estuvieron en contacto con **Diversidad en las Calles**. Y se estima que la difusión alcanzará, para fines de 2019, más de 20.000 personas y 6.000 clientes.
- En medios digitales de la compañía: el proyecto impactó en 594.000 personas a través de los diferentes canales disponibles en Facebook, Instagram, Twitter y el sitio Web. Además, el hub digital fue accedido 28.000 veces, con un 30% del total de visitantes ingresando de manera directa, es decir, escribiendo la dirección completa en el navegador.
- En medios de comunicación: en Argentina, de la mano de la consultora de comunicación MagmaComms, se produjeron numerosas menciones en la prensa sobre la iniciativa, entre las que se cuentan las siguientes en el país:

<https://www.diariopopular.com.ar/barracas-la-boca/un-mural-generar-conciencia-el-autismo-n355453>



<https://www.infobae.com/tendencias/2018/06/02/street-art-inclusivo-la-historia-detras-del-mural-que-representa-a-jovenes-con-trastorno-del-espectro-autista/>

infobae
 Martes 19 de junio de 2018 ARGENTINA TENDENCIAS AMÉRICA TELESHOW MIXSHY GRANDES LIBROS

Últimas Noticias Deco & Design Testa y Jivias Videre Lifestyle Salud Psicología (4) Autos Turismo Ciencia Talento y Liderazgo

TENDENCIAS

Street art inclusivo: la historia detrás del mural que representa a jóvenes con trastorno del espectro autista

Sobre la calle Aristóbulo del Valle al 2000, en el barrio porteño de Barracas, se levantó una "pared-bienzo en blanco", que el artista argentino Sebastián Cener eligió para pintar y visibilizar la experiencia de jóvenes con Trastorno de Espectro Autista (TEA). La iniciativa que arrancó con este mural en Buenos Aires, se replicará en otras capitales de América Latina como San Pablo, Río de Janeiro, Santiago de Chile y Lima, entre otras. También llegará hasta Miami, Estados Unidos. Infobae dialogó con el artista.

Por **María Agustina D'Andrea** | 2 de junio de 2018

Compartir en Facebook | Compartir en Twitter

MÁS LEÍDAS EN TENDENCIAS

- 1 Bajo libido, problemas de confianza e infidelidad: cuáles son las causas y las consecuencias de los matrimonios sin sexo
- 2 Día Internacional del Sushi: los 15 mejores lugares para comer en Buenos Aires
- 3 Cómo hacer sushi: paso a paso de la mejor nota

<https://www.msn.com/es-ar/noticias/otras/street-art-inclusivo-la-historia-detr%3a1s-del-mural-que-representa-a-j%3ab3venes-con-trastorno-del-espectro-autista/ar-AAy9bHD>

msn noticias - powered by Microsoft News

infobae

Street art inclusivo: la historia detrás del mural que representa a jóvenes con trastorno del espectro autista

María Agustina D'Andrea | 02/06/2018

PODRÍA GUSTARTE

- (Fotos) Lo que no sabías sobre Messi y... desarrollo mundial
- Médico colombiano reveló la cura para el... @tytandytars.club
- Precios de vuelos que no te permitan ver... @TCCDET

Una chica sonríe. Con sus ojos alargados y de un verde azulado observa atentamente un torbellino con piezas de rompecabezas que nace entre las palmas de su mano. Allí, en su mirada, la felicidad; y, entre sus dedos, el enigma. Detrás, los colores, la diversidad.

En la calle Aristóbulo del Valle al 2000, en el barrio porteño de Barracas, se alza un mural que promueve la inclusión en todos los ámbitos y que toma a la diversidad como

LA DIVERSIDAD HACE LA FUERZA

JÓVENES SIN EXPERIENCIA, ADULTOS MAYORES, INMIGRANTES, PERSONAS CON CAPACIDADES DIFERENTES O DE LA COMUNIDAD LGBT SON TALENTOS QUE LAS EMPRESAS BUSCAN ATRAER.



POR NICOLÁS MARTÍNEZ

Las compañías en las que las personas son libres de ser quienes son tienen colaboradores con altos niveles de lealtad, buen clima de trabajo y mayor productividad. Al reducir la rotación y el ausentismo, ahorran gastos y ganan “embajadores” de la marca. Una mirada o un background distinto es un valor agregado a la hora de innovar, anticipar problemas y apuntar a distintos públicos. Como lo demuestran los siguientes casos, el esfuerzo por la diversidad vale la pena.

Personas con capacidades diferentes pueden ser recursos valiosos. Así lo entendió la multinacional de software SAP, que junto con la Asociación Argentina de Padres de Autistas



(APAdA) y Specialisterne desarrolla desde 2016 el programa Autism@Work. “Lo iniciamos a partir de la inquietud de un conjunto de colaboradores. La incorporación de personas con autismo implica sumarlas al mundo laboral, y es también una forma de ampliar la capacidad de innovación de la organización”, señala Constanza Quiñones, directora de Recursos Humanos de SAP Argentina.

No fue necesario modificar las vacantes ni las oficinas, pero las entrevistas se ajustaron a las particularidades de los candidatos (se trabajó con legos y se realizaron actividades no tradicionales). Presentó el programa a toda su gente y brindó capacitaciones a empleados y managers de las áreas en las que se sumaron estos talen-

VIA | FORBES | MAYO 2016

Otro efecto en esta dimensión es que con más frecuencia, SAP es consultada como fuente para artículos sobre diversidad en el ámbito laboral.

- En términos sociales: los murales continúan formando parte del escenario urbano de las ciudades donde fueron pintados. Un dato digno de ser destacado: en las paredes con los grafiti solo existe una mención a la frase “**#Diversidad en las Calles**”, pero no hay ningún logo ni dirección digital que vincule la propuesta con SAP. Este hashtag permite buscar más información acerca del programa de una manera sencilla.

