

Categoría 02.09

Sustentabilidad de Diversidad, Inclusión y Género – Chile

Capítulo (General, PyME u ONG)

General

Título del caso

**MODELO DE ATENCIÓN INCLUSIVA PARA
PERSONAL EXTERNO DE MALLPLAZA**

**Nombre de la Empresa/Organización para la que se desarrolló el
caso**

Mallplaza y TIRONI

Departamento que desarrolló el plan

Gerencia de Operaciones

Persona/s responsable/s

Mariela Mardones, jefa de servicios y canales de atención Mallplaza

1) INTRODUCCIÓN: Planteo y diagnóstico

Mallplaza es una compañía de centros comerciales con 26 centros urbanos en Chile, Perú y Colombia, los cuales reciben más de 280 millones de visitas cada año. **¿Cómo lograr que cada una de estas personas se sienta acogida y no discriminada en un espacio que promueve la sociabilización y el encuentro?**

Para ello, la compañía cuenta con una estrategia ESG que orienta toda su gestión operacional y de negocio sobre la base de principios de respeto y empoderamiento de las comunidades. Además, durante 2023 se establecieron siete compromisos ESG, entre los cuales está el de contar, al 2028, con el 60% de sus centros urbanos certificados como espacios inclusivos.

El primer paso de este compromiso tuvo que ver con mejorar la atención que se entrega a los visitantes, en especial, aquella que brinda el personal externo o Personal en Contacto, PEC (guardias de seguridad, auxiliares de aseo, encargados de parking y auxiliares de mantenimiento) quienes a diario orientan o reciben inquietudes de millones de personas, entre ellos de integrantes de 6 grupos históricamente discriminados como son las personas TEA, personas mayores, mujeres, miembros de la comunidad LGBTI , personas en situación de discapacidad y personas asociadas a la interculturalidad.

Para hacer frente a esta situación, durante 2023 la compañía impulsó el diseño e implementación de un inédito **Modelo de Atención Inclusiva** para el personal PEC y Ejecutivos de cliente, el cual entregó orientaciones para avanzar hacia una atención de calidad, empática y sin discriminación, aportando con herramientas educativas y comunicacionales concretas -como guías y cápsulas audiovisuales- y capacitaciones de sensibilización al personal PEC, mejorando significativamente la experiencia de los visitantes de Mallplaza. Este programa se mantendrá de manera permanente como un ámbito de formación para el personal PEC y permite que los colaboradores sepan cómo responder, por ejemplo, ante una desregulación emocional de un niño (a) con TEA, cómo abordar una pregunta de una persona mayor o evitar una posible discriminación de una pareja homosexual.

Las guías permiten, por ejemplo a un personal de seguridad, resolver un caso de desregulación de una persona TEA con recomendaciones tales como:

Si ves que la persona TEA está teniendo una desregulación emocional, ofrece asistencia con frases cortas y sencillas como “¿necesita ayuda?”.

Si la persona TEA está acompañada, ofrece ayuda al acompañante y permanece cerca o a la vista para brindar apoyo.

También, puedes preguntar si hay un objeto que ayude a calmarlo y ofrecerlo.

Evita que otros empeoren la situación con comentarios despectivos o grabaciones. En esos casos, pide amablemente que continúen su camino, explicando la situación.

Usa el término correcto: “persona con autismo”. Sé claro y concreto, con un lenguaje adecuado.

Esta convicción de Mallplaza por avanzar hacia una sociedad más inclusiva, busca fortalecer una mayor diversidad y pluralismo, alineadas además a la Política de Diversidad e Inclusión, Política sobre Equidad de Género y Política de Derechos Humanos con las que cuenta la compañía. Todas ellas, dicen relación con el rechazo de la discriminación arbitraria y son políticas que velan para que no ocurran actos o conductas que atenten contra la dignidad de las personas que son usuarias y también de los trabajadores y trabajadoras al interior de Mallplaza.

2) PROPUESTA/ENUNCIADO: Estrategia

La estrategia contempló un proceso de levantamiento de información y focus group con los ejecutivos de clientes de todos los centros urbanos de Chile, Perú y Colombia, se realizaron reuniones con organizaciones idóneas a cada grupo definido como prioritario y se contó en todo momento con la asesoría del estudio de abogados experto en DDHH, Sarmiento & Walker, con quienes se creó el documento denominado “Bases para un Relacionamiento Inclusivo”, material que incluye las normas internacionales que dan protección a estos grupos, con antecedentes y datos de Perú, Colombia y Chile, dando cuenta de las dinámicas de discriminación que les afectan en la actualidad. Estas bases permitieron levantar el contenido para 6 guías educativas específicas (una por grupo), que promueven buenas prácticas y recomendaciones para una atención más inclusiva y empática, reflejo del compromiso con la igualdad y no discriminación de Mallplaza.

En paralelo a la elaboración de estas 6 guías se diseñó un **plan de comunicaciones** que permitiera acompañar y socializar el material estratégico entre los más de 3.000 colaboradores externos de Mallplaza. Asimismo, se adecuaron las bases para extender este trabajo y servicio inclusivo a los centros urbanos de Perú y Colombia, adecuando el material y las actividades a la idiosincrasia de cada país.

Como parte de este plan de comunicaciones, que comenzó con una capacitación en noviembre de 2023 a todos los ejecutivos de cliente de los centros urbanos, se difundieron más de 10 mil piezas gráficas para ser distribuidas entre los colaboradores, las que se entregaron a través de instancias de capacitación o bien se promovieron a través de los diarios murales, herramienta de comunicación sencilla, pero que tiene gran significancia y eficacia para los PEC, dada la visibilidad que poseen en los espacios de uso común llamados “Estar Contigo”.

A la fecha y desde enero de este año se ha cubierto el total del universo propuesto (3 mil personas) con información estratégica sobre relacionamiento de servicio inclusivo y se mantiene la difusión entre los nuevos colaboradores que ingresan a Mallplaza, pero

también se trabaja con el material comunicacional, especialmente con los trípticos, afiches y cápsulas audiovisuales, cada vez que se da una efeméride relacionada a alguno de los grupos históricamente discriminados.

Además, se proyectó una segunda parte del proyecto de servicio inclusivo, centrado en acciones comunicacionales y alianzas específicas para algunos de estos grupos, específicamente, las personas con TEA y las personas mayores, iniciativas que se encuentran en etapa de gestión y desarrollo, en alianza con otras áreas de la compañía además de Operaciones (Marketing, Comercial y Asuntos Corporativos), y en colaboración con otros actores relevantes del gobierno como el Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA), la academia y la sociedad civil tales como Conecta Mayor de la UC.

3) DESARROLLO/EJECUCIÓN DEL PLAN: Tácticas y acciones

El modelo de servicio de atención inclusiva tiene su mayor fortaleza en el trabajo con el Personal en Contacto (PEC). Se trata de los colaboradores que no siempre son considerados como parte de la cultura organizacional , pero que para Mallplaza se trata de un grupo fundamental y la cara visible frente a los visitantes.

Es a través de los Ejecutivos de Clientes que están en directa relación con los PEC con quien se ha llevado adelante la socialización del material comunicacional inclusivo y con quienes se ha ejecutado el plan de comunicaciones que consideró:

- **Diseño de material de difusión:** trípticos y afiches que fueron ubicados en los espacios “Estar Contigo”, donde los PEC pasan sus horarios de alimentación y descanso. Destaca que todo el material gráfico disponible fue diseñado especialmente para el proyecto, con la creación de íconos específicos para cada grupo definido y recomendaciones de acciones frente a situaciones de contingencia como por ejemplo: recibir denuncias de acoso o violencia hacia mujeres, acompañar a personas mayores desorientadas, contener a personas TEA ante situaciones de desbordes y evitar discriminar a visitantes migrantes.
- **Elaboración de cápsulas audiovisuales:** para ser socializadas entre los colaboradores a través de capacitaciones y en las pantallas disponibles en los Estar Contigo. Se trabajaron cápsulas audiovisuales con guiones directos y efectivos, las que son utilizadas en las pantallas disponibles y en cada capacitación que se realice según grupo específico, también cuando ingresa un nuevo colaborador a Mallplaza.
- **Capacitaciones a los ejecutivos de clientes:** jornadas de capacitación con los ejecutivos de clientes de los centros urbanos de todo Chile a cargo de especialistas en inclusión, por ejemplo con la jefa del área de neurología infantil del Hospital de la Florida y reconocida especialista en TEA, doctora Paola León, para avanzar en la ejecución del proyecto. Durante el primer trimestre de 2024 se realizaron estas capacitaciones con los ejecutivos de cliente de Perú y Colombia para extender el impacto del modelo.
- **Elaboración de cronogramas de trabajo para potenciar efemérides relacionadas con los grupos discriminados:** para cada centro urbano se desarrolló un cronograma de trabajo que incluyera acciones concretas con los

colaboradores en relación con el modelo inclusivo, identificando las efemérides respectivas para levantar actividades y alianzas, por ejemplo, marzo mes de la mujer, abril mes de autismo, junio mes del orgullo LGBTI, octubre mes de las personas mayores, etc.

- **Actividades de difusión:** como parte del modelo de relacionamiento inclusivo se contempló el levantamiento de alianzas con otros actores relevantes, por ejemplo, las municipalidades. Fue así como durante marzo de 2024 en Mallplaza Trébol de Talcahuano, y como parte de la conmemoración del mes de la mujer, se realizaron charlas para las colaboradoras sobre prevención del cáncer de mama y de sensibilización en temáticas de violencia de género. Mientras que en Mallplaza Alameda se realizaron capacitaciones para el Personal en Contacto en relación con el acoso y violencia para poder obtener el sello “Libre de Acoso” que entrega la Municipalidad de Estación Central.

Durante el 2024 se continuará avanzando en diversas acciones, por ejemplo, entregando protectores auditivos para personas con TEA, los que estarán disponibles a solicitud de los visitantes en el sector de Servicio al Cliente. Asimismo, se contempla el cambio de mobiliario en las zonas de descanso, que debe ser ergonómico y apto para las necesidades de las personas mayores. Para este mismo grupo etario, se habilitarán nuevas señaléticas con tamaños apropiados y se están potenciando las llamadas zonas de sociabilización junto a BondUP y Caja Los Andes, con quienes se realizan distintas actividades para promover el relacionamiento y creación de comunidades afines.

4) RESULTADOS Y EVALUACIÓN

Con este nuevo modelo de relacionamiento de servicio inclusivo, hemos impactado en la reducción estructural de las desigualdades, destacando la entrega de herramientas y conocimientos para los colaboradores externos, teniendo como fin último la relación y atención con los visitantes de los centros urbanos.

A la fecha se han capacitado más de 3 mil colaboradores en este modelo inédito de servicio inclusivo, se han entregado más de 10 mil trípticos, se han levantado más de 300 contenidos para los diarios murales, se han sostenido más de 10 reuniones con actores relevantes para potenciar el proyecto y se han realizado más de 40 actividades de capacitación en materia inclusiva.

En el último trimestre de este año 2024 se evaluará el primer año de implementación del modelo de servicio inclusivo a través de una encuesta que realiza la gerencia de Operaciones anualmente en alianza con CADEM. No obstante, mes a mes los ejecutivos de cliente de cada centro urbano reportan sus actividades, siendo el tema inclusivo un eje fundamental para el trabajo cotidiano que se impulsa con los colaboradores de los centros urbanos.