



Academia de Mujeres Conductoras

UN PROGRAMA DE  DiDi



Categoría:

Sustentabilidad de Diversidad,
Inclusión y Género.

Capítulo:

General

Título del programa:

Academia de Mujeres Conductoras

Compañía: DiDi

Área:

Equipo de Comms & PR DiDi, junto a
NINCH Communication Company

Responsables:

Delfina Orlando, María Noel Sedelli, Mariana Bodi,
Florencia Ripari, Solange Bonapelch,
Francisca González.

1 | INTRODUCCIÓN

Planteo y Diagnóstico

DiDi es una plataforma inteligente especializada en movilidad cuya propuesta de valor se centra en generar un impacto positivo en la calidad de vida de las personas, desde un punto de vista socioeconómico. Su misión es ofrecer alternativas para hacer mejor y más fácil la vida cotidiana de todos sus usuarios gracias a su plataforma de intermediación de servicios de movilidad, delivery y fintech tales como DiDi Express, DiDi Taxi, DiDi Poné Tu Precio, DiDi Mujer, DiDi Entrega, DiDi Moto, DiDi Food, DiDi Shop, DiDi Préstamos, DiDi Pay y DiDi Card, entre otros. La compañía trabaja día a día para ser una alternativa accesible, segura y con altos estándares de calidad en 15 países y más de 4000 ciudades.

DiDi desembarcó en Argentina en noviembre del 2020 con el objetivo de construir una mejor y más eficiente movilidad en la Ciudad de Buenos Aires y 29 localidades del Gran Buenos Aires. La plataforma inició sus operaciones de la mano de sus servicios DiDi Express, el cual le permite a los usuarios solicitar viajes en autos particulares, y DiDi Taxi, que permite solicitar traslados en taxi a través de la app. A lo largo de los años, se ha expandido con nuevos servicios como DiDi Moto para el traslado de pasajeros en moto; DiDi Fleet, una plataforma de intermediación que conecta a personas que poseen vehículos y que desean ponerlos a disposición para que un tercero los maneje usando la app DiDi Conductor; y DiDi Poné Tu Precio, una alternativa que le brinda flexibilidad y control a ambos usuarios haciendo posible negociar entre ellos el precio de los viajes. Por último, uno de sus anuncios más recientes es la llegada de DiDi Express, DiDi Moto y DiDi Poné Tu Precio a la Ciudad de Córdoba, siendo ésta su primera expansión en el interior del país.

DiDi no solo le ofrece a los pasajeros viajes accesibles, seguros y de calidad, sino que también representa una oportunidad para generar ganancias a tiempo completo o parcial, para aquellas personas que se registran como conductores, resultando una buena alternativa de inclusión económica.

Causa y Consecuencia

Según el último censo nacional¹, el 51,7% de la población argentina son mujeres. Durante los últimos 50 años, la participación laboral femenina en la región aumentó de 20% a 65%, especialmente en trabajos informales². Además, en Argentina, solo el 28% de las licencias de conducir emitidas corresponden a mujeres³.

En DiDi, al igual que en la industria automotriz, las mujeres registradas como conductoras son una minoría. Y a pesar de que estas métricas están aumentando año a año, se identifican varias barreras estructurales, sociales y culturales que limitan la posibilidad de que cada vez sean más las que se registran y generan ganancias de manera flexible. Se identificó que, así

¹ Censo Nacional Argentina. <https://censo.gob.ar/>, 2022.

² Centro de Estudios Distributivos, Laborales y Sociales (CELDAS). Universidad Nacional de la Plata. [“Participación laboral femenina en América Latina: más y mejor es posible”](#), marzo 2019.

³ Perfil: [Minoría: solo el 28% del total de las licencias de conducir del país corresponde a mujeres](#), Abril 2023.

como gran parte de las agendas sociopolíticas de los países latinoamericanos se enfocan en temas de género y equidad, DiDi tenía la posibilidad y la responsabilidad de que más mujeres accedan a la posibilidad de generar ganancias significativas manejando sus propios horarios. La compañía identificó que ser conductora les da posibilidad de ser independientes económicamente, lo que abre muchas puertas: poder salir de sus círculos de violencia, impulsar una carrera profesional, estudiar lo que les apasiona, entre otras actividades que muchas veces conviven con el ejercicio de las tareas del hogar (en Argentina, el 89% de las mujeres están a cargo de tareas del hogar⁴).

Frente a este contexto y la posibilidad del negocio de aumentar la cantidad de conductoras registradas, el desafío comunicacional estaba claro: hackear este escenario socio-cultural y acercarse tanto a las mujeres conductoras registradas y experimentadas, como a potenciales conductoras con una propuesta que las hiciera sentirse confiadas y seguras a la hora de salir a manejar para generar sus propias ganancias.

El resultado fue el lanzamiento de la Academia de Mujeres Conductoras, un proyecto liderado por DiDi que busca aumentar la cantidad de mujeres conductoras registradas en la aplicación, e incentivar a las conductoras ya registradas a que realicen más viajes a través de la plataforma. La propuesta se basa en generar un sentido de comunidad entre mujeres que valoran o necesitan esta independencia económica, a través de distintos encuentros e iniciativas que ofrezcan beneficios, herramientas y talleres útiles, con aliados estratégicos.

2 | PROPUESTA

Desde un inicio se trabajó en este proyecto para que las bases tengan una perspectiva regional y proyección en el tiempo. Se planteó que para lograr un aumento del número de conductoras registradas en la plataforma era necesario fidelizar a las que ya elegían manejar con DiDi y alcanzar nuevas comunidades de mujeres y potenciales conductoras. El objetivo reputacional era posicionar a la app como una aliada que permitiera a las mujeres generar ganancias adicionales de manera flexible, acompañado de un contexto de comunidad. Esto se logró generando encuentros con herramientas e información necesaria para ayudar a mujeres a superar obstáculos y encontrar en la Academia una solución económica y social.

Este proyecto incluyó alianzas con ONGs y líderes de opinión; y la fidelización del vínculo con conductoras más experimentadas para que pudiesen ser embajadoras entre la comunidad de mujeres y ayudar a divulgar este proyecto. Para lograrlo, el área de Asuntos Públicos cumplió un rol estratégico y colaboró con el área de Comunicaciones junto a los equipos de Operaciones, Atención al Cliente, Seguridad, Marketing y Diseño.

Para definir el accionar del proyecto, el desarrollo de la narrativa fue clave. Es por esto que como primera táctica, se trabajó con la consultora especializada en género y diversidad Grow para capacitar al equipo y aprender sobre cómo lograr un impacto real y evitar el *pinkwashing*. Así, se creó una narrativa anclada en cuatro pilares: autonomía, libertad, comunidad y confianza. Esta narrativa vino acompañada de una identidad visual y elementos gráficos que transmiten estos valores y un sentido de recordación y filiación.

⁴ Cronista: [Las tareas del hogar y su impacto en las oportunidades de carrera](#). Agosto 2022.

Los canales elegidos para llegar al público objetivo fueron notificaciones dentro de la app para las conductoras ya registradas; medios de comunicación a través de notas de prensa y entrevistas; redes sociales de creadores de contenidos; y los propios canales de las ONGs aliadas del proyecto.

3 | DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN

Desde el lanzamiento de la Academia se han realizado diferentes talleres, contenidos digitales y en prensa tradicional. A fines de 2022, DiDi dio inicio a este proyecto realizando 4 cápsulas digitales con el medio Red/Acción en las que una conductora registrada en DiDi, una conductora de taxi, de colectivo y otra de camión contaron sus historias desempeñándose en actividades habitualmente ocupadas por hombres. El objetivo fue visibilizar a las mujeres que ocupan estos espacios e iniciar la conversación sobre la temática.

Ese mismo año se concretó uno de los primeros grandes desafíos de la Academia: realizar el primer taller presencial. El mismo tuvo foco en violencia de género y se realizó junto a la ONG Mujeres Como Vos, en la que participaron conductoras registradas y mujeres pertenecientes a las actividades de la ONG. Allí las voceras dieron información para la detección de situaciones de violencia, tanto en el hogar como al momento de conducir, y herramientas para poder salir de las mismas. Además, se conversó de la posibilidad que ofrece manejar y ganar independencia económica como un factor clave durante el proceso de salida de los círculos de violencia. Las participantes compartieron experiencias generando así un espacio de apoyo entre mujeres. A su vez, se generó una alianza con la institución Mujer Financiera para entregar a conductoras registradas talleres online de manejo de finanzas personales.

A comienzos del 2023, se realizó una alianza con Alejandra Hartman, fundadora de [Lady Fierros](#) Clínica de Autos e influencer de mecánica, para realizar distintos contenidos educativos e informativos en sus redes sociales. Algunas de las temáticas abordadas fueron consejos de seguridad, miedos al manejar, entre otros. También se aprovechó su expertise para generar impacto en prensa tradicional impulsando contenidos sobre el mantenimiento del auto.

La escucha activa a los conductores registrados es un pilar fundamental para DiDi. Es por eso que, ese mismo año, la compañía realizó una encuesta a 259 mujeres conductoras para obtener nuevos insights e identificar necesidades. De esta forma, se detectó que más del 60% considera que la app es su principal fuente de ganancias, y que más del 70% de las mujeres son las principales proveedoras en sus hogares. Frente a este contexto, en junio de 2023 se realizó un evento nuevamente con la ONG Mujeres como Vos con foco en el manejo de las finanzas personales y cómo administrar las ganancias que generan con DiDi.

A fines del 2023, llegó el evento estrella de la Academia de Mujeres Conductoras en donde se logró generar conversaciones relevantes de la mano de Alejandra Hartman (Lady Fierros), Noelia Ruiz (diputada por la Provincia de Buenos Aires especializada en temas de género) y Delfina Orlando (Gerente Senior de Comunicaciones para DiDi Cono Sur). Para ello, se realizó

un panel de debate frente a más de 50 mujeres conductoras con foco en el rol de la mujer en la ciudad, moderado por la periodista Desirée Jaimovich. Luego, Hartman dictó un taller de mecánica de autos para potenciar la seguridad y confianza detrás del volante.

Por último, en abril de 2024 este proyecto tuvo su primera edición internacional en la Ciudad de México donde a partir de una alianza con Renault se dictó un taller de mecánica a más de 50 conductoras registradas.

4 | RESULTADOS Y EVALUACIÓN

La Academia de Mujeres Conductoras cumplió con uno de sus principales objetivos: posicionarse frente a la opinión pública a través de una estrategia de storydoing con presencia multicanal, como una plataforma que genera un impacto real positivo en la vida de miles de mujeres. Además, logró instalarse en medios llevando al frente la temática sobre mujeres en la industria de la movilidad. Desde su lanzamiento, la iniciativa alcanzó 25 resultados en medios tradicionales, incluyendo notas en medios Tier 1 como diario Clarín, Ámbito Financiero y Forbes Argentina.

El evento realizado a fines de 2023 fue la instancia en donde se logró generar la mayor repercusión: se compartió información del evento y se convocó orgánicamente a más de 80 periodistas de movilidad, negocios, tecnología y género y también a referentes digitales de la industria como Belén Couso de [Mujeres al Mando](#). A su vez, al evento asistieron 50 conductoras y potenciales conductoras, quienes dieron testimonios y devoluciones positivas. El 25% de las potenciales conductoras inició el proceso para registrarse en la app.

La conversación sobre las mujeres en la industria de la movilidad también se extendió en redes sociales en donde se alcanzaron más de 100 resultados. Los contenidos con mayores repercusiones fueron las cápsulas generadas con [Red/Acción](#) (23.700 impresiones, 18.200 vistas, 773 reacciones, 58 comentarios y se compartieron 79 veces) y los contenidos de Lady Fierros (se realizaron 20 contenidos -4 Reels y 16 Stories-, 305.250 de alcance, se compartieron 112 veces y se guardaron 408 veces).

En resumen, la creación de la Academia de Mujeres Conductoras superó las expectativas y no solo logró tener resultados positivos y reales en tan solo 1 año y medio de vida, sino que también está haciendo honor a su espíritu de ser un proyecto regional (con presencia en México y muy pronto en Colombia, Costa Rica y Chile) que cumple con varios objetivos a la vez orientados a distintos grupos sociales, corporativos y gubernamentales. El rol del equipo de Comunicaciones fue entender una necesidad social y estructural, identificar una herramienta que funciona como una solución para esa necesidad socio-económica, y crear un marco estructural compuesto por una identidad, una narrativa, una comunidad y una estrategia de difusión que permite impactar en miles de personas a través de iniciativas concretas. DiDi está convencida de que acceder a una autonomía económica, cambia vidas. Y con la Academia de Mujeres Conductoras, no hay techo de cristal ni límites estructurales que logren frenar esta caravana que ya puso su motor en primera. Gracias a DiDi, las mujeres en la industria de la movilidad y las mujeres independientes, serán cada vez más.

