

Snap Inc. Informe anual de diversidad 2023



Viendo el mundo de forma diferente

Contenido

INTRODUCCIÓN

Carta de presentación	3
Resumen ejecutivo	4

SECCIÓN I: ESTRATEGIA DE SNAP

Inspirar empatía	10
Rediseñar los sistemas	20
Impulsar la responsabilidad	29

SECCIÓN II: DATOS DE SNAP

Snapshot de datos	37
Gráficos de datos	41

Presentación de Evan, Oona y Arun

En el informe anual de diversidad del año anterior, buscamos transmitir la necesidad de actuar con premura, y determinación en nuestros esfuerzos de DEI (Diversidad, Equidad e Inclusión), aunque señalamos que "es probable que sea más difícil antes de que sea más fácil". Pero no nos podíamos imaginar lo difícil que se pondría, y lo diferente que sería el mundo. La guerra en Ucrania y la incertidumbre económica se combinaron en una tormenta perfecta, dejando a la industria tecnológica, incluida Snap, frente a unos vientos en contra tremendos.

Este mundo cambiante nos hizo plantearnos preguntas en 2022: ¿Cómo hacemos operativa la DEI con menos recursos y en un contexto más difícil? ¿Cómo integramos la DEI en el corazón de nuestro negocio, mientras este se centra en lo esencial? ¿Cuáles son las prioridades críticas de la DEI que hay que proteger?

Hacer de la DEI un imperativo empresarial requiere un cambio de paradigma en la forma de pensar. En lugar de preguntarnos "¿qué tareas de DEI debemos añadir a nuestra lista de tareas urgentes?", debemos continuar preguntándonos "¿cómo introducimos una Lente de DEI en todo nuestro trabajo?" Este es el cambio de paradigma que propone el Informe¹ de Action to Catalyze Tech (ACT), redactado por un grupo de expertos en DEI, que ayudamos a iniciar en enero de 2020 y publicamos a finales de 2021. Durante 2022, hicimos este trabajo en pausas y arranques mientras reducíamos el tamaño de nuestro equipo y volvíamos a enfocarnos en nuestras prioridades. Este informe cuenta la historia de ese trabajo, que en algunos casos acabó en fracaso, en otros apenas acaba de empezar y en otros ya está dando sus frutos.

Esperamos que compartir nuestros éxitos y contratiempos pueda ser útil para aquellos que enfrentan situaciones similares. El hecho de que ninguna empresa haya resuelto el dilema de la DEI no significa que sea imposible. Sin embargo, 2022 nos enseñó que debemos volver a imaginar nuestro negocio siempre en un mundo diferente.



Evan Spiegel
Cofundador y Director
Ejecutivo (CEO)



Oona King
Vicepresidenta de DEI



Arun Batra
Director General
de DEI

Cómo leer este informe

En el Resumen Ejecutivo se exponen las principales lecciones que hemos aprendido y los tres pilares que impulsan nuestra estrategia, así como los datos principales de 2022. El cuerpo del informe detalla las iniciativas que impulsan nuestro trabajo de DEI y las personas que las dirigen, porque creemos que las personas y sus experiencias son tan importantes como los datos y los sistemas. Vea también nuestro [vídeo DEI](#)², donde se explica este punto.

Introducción

Resumen ejecutivo

Resumen ejecutivo

En 2022, varios desafíos a nivel mundial influyeron en los esfuerzos por hacer que Snap, y el sector tecnológico, fueran más diversos, equitativos e inclusivos. Estamos comprometidos en incorporar la DEI en todo nuestro trabajo, y esperamos que compartir los éxitos y los contratiempos proporcione ideas útiles a los demás.

Nuestros tres pilares estatégicos

Inspirar empatía

- Las historias tienen el poder de cambiar corazones, mentes y comportamientos, fomentar la empatía y crear una cultura de pertenencia. En esta sección se estudia como involucrar a los miembros de un equipo que pueden tener orígenes muy diferentes, pero que todos quieren tener la oportunidad de hacer su mejor trabajo en una cultura en la que el éxito viene determinado por el talento, no por la identidad.
- **Lo que funcionó:** inspirar empatía para impulsar la motivación intrínseca y conocer a las personas allí donde se encuentran.
- **Lo que no funciona:** tratar la DEI principalmente como un ejercicio de "marcar la casilla".

Rediseñar sistemas

- En 2022, estudiamos cómo los cambios en los sistemas podrían tener un mayor impacto. Por ejemplo, en lugar de enfocarnos en equipos individuales para promover la contratación inclusiva, trabajamos para incorporar la contratación inclusiva en todo nuestro sistema de contratación.
- **Lo que funcionó:** dar prioridad al cambio de sistemas frente a las iniciativas aisladas de DEI, y comprometerse con la experimentación interfuncional, como nuestro proyecto piloto de selección para atraer a más mujeres a puestos tecnológicos.
- **Lo que no funciona:** reunir a los equipos sin antes involucrar a los altos directivos de todas las funciones para desarrollar y ejecutar objetivos conjuntos.

Impulsar la rendición de cuentas

- La rendición de cuentas conduce a la mejora de los resultados de la DEI. Al igual que cualquier otra prioridad, la DEI necesita objetivos bien definidos, sistemas de gobernanza y datos. Snap pretende apoyar la rendición de cuentas en materia de la DEI a nivel personal, corporativo e industrial.
- **Lo que funcionó:** mejorar las estructuras de rendición de cuentas y gobernanza para impulsar los objetivos de la DEI;
- Se ha invitado a la C-Suite a desarrollar sus propios objetivos y resultados clave de la DEI (OKRs) basados en las prioridades de toda la empresa; y se ha establecido un plan claro y medible que se supervisa en las revisiones trimestrales de negocio con la C-Suite.
- **Lo que no funciona:** esperar el cambio sin la rendición de cuentas de los líderes.

Sección 1: Estrategia de Snap

Hemos identificado tres aprendizajes clave que impulsan nuestro trabajo:

Liderazgo: Un liderazgo eficaz, proactivo y responsable determina el éxito.

Perspicacia: Un gran liderazgo requiere una gran perspicacia para lograr un cambio real.

Incentivos: Los incentivos para lograr el compromiso personal deben equilibrarse con unas expectativas claras.

Sección 2: Datos de Snap

Resumen (nota: los datos de género son globales, los datos de raza y etnia son solo de EE. UU.)

Estamos haciendo progresos significativos en cuanto a la representación de mujeres en el campo de la tecnología (1.6 pp más, hasta el 21.2 %), pero debemos acelerar nuestros esfuerzos. Las tasas de abandono de las mujeres en nuestra organización tecnológica son más bajas que las de los hombres (para más detalles, véase la sección de datos).

En general, perdimos terreno en cuanto a raza y etnia. La representación de los grupos subrepresentados (GSI) en la plantilla de los EE. UU. descendió 1.2 pp, hasta el 16.2 %. Sin embargo, la representación de grupos raciales y étnicos subrepresentados en nuestra cúpula directiva (Director+) aumentó 1.5 pp hasta el 13.8 %. Y en nuestra organización tecnológica, aumentamos la representación de grupos raciales y étnicos subrepresentados entre todos los directivos (+1.3 pp hasta el 11.3 %).

La contratación de grupos subrepresentados descendió. Esto abarca tanto a las mujeres de todo el mundo como a los grupos raciales y étnicos subrepresentados en EE. UU. Estamos trabajando duro y haciendo esfuerzos sistemáticos para mejorar la contratación de estos grupos tanto dentro como fuera de los de EE. UU., esperamos que esto ayude a aumentar las tasas de contratación de dichos grupos. Véase la sección sobre contratación inclusiva en las págs. 21-23.

Sección I

Estrategia de Snap

Estrategia de Snap

La estrategia de DEI de Snap se fundamenta en tres pilares interconectados: inspirar empatía, rediseñar sistemas e impulsar la rendición de cuentas. Además de mantener estos principios básicos, Snap se ha dedicado el año pasado a centrarse en lo esencial en todos los ámbitos. Hemos aprendido que dar prioridad a la DEI, especialmente en tiempos difíciles, requiere un verdadero cambio de paradigma: en lugar de tratar la DEI como un aspecto de nuestro trabajo, debemos aplicar una lente de DEI a todas nuestras actividades. Para realizar este cambio, hemos identificado tres aprendizajes clave que impulsan nuestra estrategia en torno a la empatía, los sistemas y la rendición de cuentas:

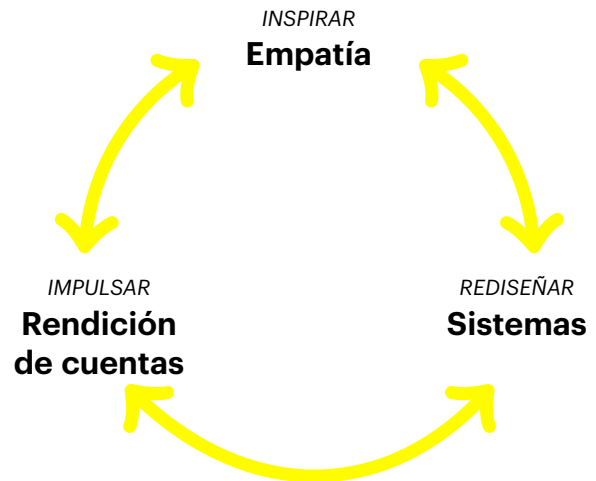
Liderazgo: Nuestros líderes actuales deben ser más inclusivos, y nuestros líderes futuros deben ser más diversos. Estamos integrando la experiencia de liderazgo inclusivo en nuestras expectativas y a la formación de todos nuestros líderes. Creemos que todos los miembros de nuestro equipo en Snap deben ser líderes en la DEI, pero entendemos que esto comienza con nuestro equipo de liderazgo. Un liderazgo efectivo y responsable marca la diferencia entre el éxito y el fracaso.

Perspectiva: Un gran liderazgo requiere una gran perspicacia, tanto a nivel personal en el caso de los individuos como a nivel de organización en el caso de los equipos. Podemos progresar de forma más significativa si logramos una comprensión mayor de los temas complejos de la DEI y si usamos datos específicos de cada organización para sacar a la luz las distintas experiencias de los equipos.

Incentivos: Debemos equilibrar los incentivos con unas expectativas claras. Queremos fomentar la motivación interna y evitar que la DEI se convierta en un mero ejercicio de marcar casillas. La inspiración debe estar respaldada por una rendición de cuentas significativa. Por ejemplo, nuestra estrategia de evaluación de los ascensos está siendo reajustada para dar mayor visibilidad a los miembros del equipo que demuestren un liderazgo inclusivo; y las recompensas a nuestro equipo de liderazgo tendrán en cuenta sus esfuerzos en favor de las iniciativas y programas de DEI.

Estas tres conclusiones sirven de base a la estrategia descrita en este informe. Para ilustrar cómo ha evolucionado la estrategia, compartimos historias de personas y equipos que están trabajando duro para cambiar el paradigma: en lugar de añadir tareas de DEI a su trabajo, una amplia variedad de nuestros equipos, incluidos la ingeniería, producto, contenido, marketing, aprendizaje y Desarrollo (L&D), adquisición de talento, y muchos más, han colocado la DEI en el corazón de todo su trabajo más importante.

Los pilares interrelacionados de nuestra estrategia (empatía, sistemas y rendición de cuentas) son precisamente eso: interrelacionados. Hay una superposición, por ejemplo, entre impulsar la rendición de cuentas y rediseñar los sistemas. O entre rediseñar sistemas e inspirar empatía: es poco probable que cambies un sistema si no cambias la forma de pensar de las personas que lo integran. **La empatía cambia la forma de pensar más que el proceso.**



Creemos que un liderazgo integrador y responsable marca la diferencia entre el éxito y el fracaso; que un gran liderazgo requiere de una perspicacia y empatía, y que los sistemas rediseñados deben encontrar un equilibrio adecuado entre los incentivos y la rendición de cuentas.

Inspiral empatía



Inspirar empatía

¿Cuál es la historia?

Como empresa que cuenta historias, sabemos que estas tienen el poder de cambiar corazones, mentes y comportamientos. Las historias crean empatía, lo cual puede inspirar un cambio de comportamiento tanto en Snap y en el sector en general. Aunque nuestro sector se fundamenta en datos, sabemos que las cifras no sustituyen a la experiencia vivida. Las distintas experiencias vividas por los grupos subrepresentados pueden reducir el sentido de pertenencia, lo que a su vez reduce las oportunidades de desarrollar el potencial. Nuestro objetivo al fomentar la empatía es crear una cultura compartida de pertenencia para todos. En esta sección analizaremos cómo podemos involucrar a los miembros del equipo que pueden tener orígenes muy diversos, pero que comparten el mismo deseo: la oportunidad de destacar en un entorno inclusivo donde el éxito viene determinado por el talento, no por la identidad.

¿Cuáles son los ejemplos?

1.1 Crear conexión y empatía

- DEI Learning Collection
- Council Program: escuchar desde el corazón

1.2 Apoyo a los miembros del equipo en Ucrania

1.3 Grupos de recursos para empleados (ERG) de Snap

1.4 Un conjunto de datos más inclusivo: Datos de autoidentificación

1.5 Cumbre de innovación DEI 2022

1.6 Diseño inclusivo con ASL

1.7 LACMA - Perspectivas monumentales

¿Quiénes son las personas?

"Cuando empecé con el entrenamiento de Better Up no me sentía segura de mí misma. En realidad tenía mucho miedo. No me sentía parte de la empresa, ni creía que tenía un lugar en la mesa. Un año después, me siento completamente diferente. El crecimiento que he experimentado no solo ha tenido un impacto positivo en mi vida laboral, sino que también ha mejorado mi vida personal fuera del trabajo. He pasado de sentirme como alguien que no tenía un lugar en la mesa, a ser la persona líder en la mesa".



Chidinma Chuku (ella/elle)

Codirectora de SnapNoir, el ERG de Snap para los miembros de raza negra del equipo

¿Qué ha funcionado (y qué no)?

En términos de nuestro enfoque general, lo que funcionó fue inspirar empatía para impulsar la motivación intrínseca. Lo que funcionó fue acercarse a las personas. En ciertas áreas, hemos observado que algunos miembros del equipo están mostrando un mayor compromiso personal con la DEI, y nuestro objetivo es ampliar este éxito.

Lo que no funcionó fueron los casos en los que la DEI se convirtió en una lista de tareas que había que marcar como ejercicio de cumplimiento. En cambio, cuando inspiramos a las personas para

que sean imaginativas y empáticas, es cuando obtenemos ideas verdaderamente innovadoras para hacer que nuestra empresa y nuestra industria sean más inclusivas.

Otro ejemplo de lo que funciona es nuestra experiencia con los ERG. Ahora estamos creando vínculos directos entre los ERG y los líderes de la C-Suite y, en el futuro, todos los ERG contarán con el patrocinio de la C-Suite. Los líderes de los ERG también tienen acceso a la formación de nuestro equipo de L&D, que incluye preparación para la carrera profesional y desarrollo del liderazgo. Queremos apoyar a los ERG para ayudarles a tener un impacto positivo en sus comunidades respectivas y permitirles apoyar nuestro negocio. Nuestro equipo del consejo, proporciona un poderoso foro de narración de historias en el que los participantes se escuchan y conectan entre sí, apoya la conexión directa entre el liderazgo y los ERG. De este modo, los ERG pueden incrementar su impacto en el liderazgo, a la vez que inspiran empatía en el equipo directivo de Snap hacia las comunidades que pueden estar subrepresentadas en Snap. Si nos fijamos en lo que podríamos haber hecho mejor, podríamos habernos beneficiado de desarrollar más relaciones individuales entre nuestros líderes y nuestros ERG al principio de nuestro viaje hacia la DEI.

En esta sección analizamos cómo la empatía hacia otras comunidades (la comunidad de personas sordas y con problemas de audición y la comunidad LGBTQ+) puede inspirar nuevas perspectivas y fomentar un diseño de productos inclusivo. Brindamos apoyo a los miembros de nuestro equipo en Ucrania, cuyas vidas se han visto afectadas por la guerra. Y vimos cómo el apoyo a nuestros líderes de ERG es un beneficio tanto para las personas como para la empresa. Dado

que la DEI es responsabilidad de todos, se requiere el liderazgo personal, independientemente de su función en Snap. Y cada vez más nuestra capacidad de ser líderes empáticos e inclusivos determinará nuestro éxito.

Iniciativas

Crear conexión y empatía

DEI Learning Collection

Dirigido por nuestro equipo de aprendizaje y desarrollo (L&D), este programa incluye un viaje a través de múltiples cursos sobre la comprensión de los prejuicios inconscientes y el compañerismo. La colección brinda capacitación sobre habilidades prácticas para ser aliados, así como enfoques para abordar conversaciones difíciles relacionadas con nuestra identidad. Snap pide a los miembros del equipo y a los directivos que exploren estos recursos a su propio ritmo, y ofrece oportunidades para que equipos enteros se unan a talleres facilitados en directo. Muchos equipos también han tomado la iniciativa de programar sesiones personalizadas para debatir sus propias experiencias relacionadas con los prejuicios inconscientes, las dinámicas de poder y la identidad en las relaciones laborales. Nuestra meta es establecer una cultura de seguridad psicológica que fomente la creatividad y la innovación.

Programa del consejo: escuchar desde el corazón

El consejo es una práctica de escucha que invita a los participantes a compartir sus historias con los demás como una forma de conectar y crear comunidad. Es una parte fundamental de nuestra cultura y uno de los componentes básicos de nuestra estrategia de DEI, ya que proporciona tiempo estructurado dirigido por un facilitador experimentado donde

los miembros del equipo pueden escuchar y comprender mejor a los compañeros de toda la empresa. El equipo del consejo ofrece oportunidades para que los miembros del equipo se reúnan en diversos entornos, e incorpora actividades diseñadas para fomentar la creatividad y el compromiso con la comunidad.

"El consejo permite a la gente ser auténtica y genuina y, en algunos casos, dependiendo de los temas que se traten, ser vulnerable y hablar de cosas que podrían no surgir en el curso normal de una conversación. Cada vez que participo en el consejo, que a menudo ocurre varias veces al mes, siempre me sorprende el enorme impacto y la creación de conexiones significativas con personas de toda la empresa".



Jerry Hunter (él/elle)
Director de Operaciones

El consejo fomenta relaciones cercanas que contribuyen a crear un ambiente en el que las personas se sienten más conectadas entre sí, lo cual, según estudios, puede resultar en tasas más altas de retención del personal. Los comentarios que hemos recibido demuestran que el Consejo nos está ayudando con éxito a ampliar la empatía más allá de las fronteras, tanto si se trata de raza, género, condición LGBTQ+, discapacidad, edad, estatus socioeconómico, condición de padres y cuidadores, condición de veterano y más y más. Snap ha

"Crecí en la India, en las afueras de Bombay. Desde que nací, siendo una niña de piel oscura, algunos de mis primeros recuerdos son cuando me insultaban por la calle y no me sentía segura al caminar. No me consideraban atractiva de ninguna manera, de hecho, me llamaban la niña más fea de la escuela. Experimenté



el colorismo en diferentes niveles. Incluso los parientes decían cosas como "nadie se casará con ella, nunca encontrará el amor". Intenté mostrarme amorosa, pero lo único que conseguí fue odio. Así que de niña estaba deprimida y tenía tendencias suicidas. El colorismo, el casticismo y la queerfobia están interrelacionados. El lenguaje también es fundamental. El término "no binario" es liberador porque me permite comprender y expresar mi propia existencia. En Snap encontré una cultura de escucha radical, especialmente a través del consejo, lo cual me brindó la confianza necesaria para declarar mi identidad como no binario en el trabajo. Pero cuando yo crecía no existía mucho de ese lenguaje. Cuando descubrí la palabra "colorismo", sentí un gran empoderamiento al comprender: "Ok, esto es lo que yo he vivido, es un fenómeno, es un problema sistémico. No soy yo, es el mundo". He pasado de no tener ganas de existir en absoluto a tener un ferviente deseo de vivir más que cualquier persona que conozca. Los pequeños y radicales actos de bondad de mis amigos realmente me validaron. El hecho de que un solo amigo me defendiera me hizo creer en el amor en el mundo, y que podía existir. Así que recuerda que aceptar a alguien por lo que es puede marcar una gran diferencia entre la vida o la muerte de alguien".

Seema Puthyapurayil (elle/ella)
Jefa de Ingeniería de Socios

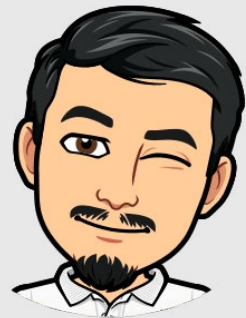
desarrollado un programa de formación, llamado Dandelion, con el objetivo de invertir en los talentos subrepresentados que lideran esta práctica.

Apoyo a los miembros del equipo en Ucrania

Evacuación de nuestro equipo

El 24 de febrero de 2022, el presidente Putin invadió Ucrania donde más de 100 000 soldados rusos fueron desplegados en ciudades ucranianas como Odessa y Kiev, alegando falsamente que Ucrania estaba gobernada por neonazis que oprimían a la minoría étnica rusa. El ataque de Rusia a Ucrania ha cambiado el mundo. Snap se vio directamente afectada, ya que Ucrania es el lugar donde adquirimos y desarrollamos nuestra tecnología de Lentes. El equipo ucraniano siempre ha desempeñado un papel importante en la innovación y el crecimiento de Snap. A pesar de la devastación causada por una guerra a gran escala, hoy siguen siendo el corazón del negocio de realidad aumentada de Snap. Cuando comenzó la guerra, más de 300 miembros de nuestro equipo ucraniano se encontraban en Kyiv y Odessa. Desde entonces, Snap ha estado trabajando para brindar apoyo a la reubicación voluntaria de más de la mitad de su equipo en otros países, mientras que algunos han permanecido en Ucrania. Los miembros del equipo de Snap también se ofrecen voluntarios para apoyar a Ucrania a través de talleres creativos con niños ucranianos y de campañas de recaudación de material de oficina para donar materiales de primera necesidad a la población ucraniana y a los refugiados. Snap también se asoció con [Care](#) para lanzar una nueva iniciativa que [Lente](#) invita a los Snapchatters a plantar virtualmente un girasol, la flor nacional de Ucrania, que representa la esperanza y la paz, en solidaridad con Ucrania.

"Me acuerdo del día en que me desperté con el sonido de una explosión y luego presencié otros seis impactos de cohetes desde mi ventana en Kiev. Como ucranianos, estamos acostumbrados al pesimismo irónico. Sin embargo, creo que la guerra cambió eso: la gente se ha unido para ayudarse. Ya no solo confiamos en nuestro ejército para defendernos, sino que también nos apoyamos entre nosotros. Probablemente, ahora creo más en la humanidad que antes. Pero ahora me enfoco más en el presente que en el futuro, porque algo puede cambiar y puede que no tengas futuro. Así que si tienes en mente un gran sueño, ve a por él ahora mismo. También quiero expresar mi gratitud al equipo de Snap. Gracias por su empatía, comprensión y sincera preocupación por Ucrania. Agradezco a aquellos que han decidido donar, y si aún no lo han hecho, ¡todavía están a tiempo! También colaborar con un compañero ucraniano y ofrecer palabras de apoyo puede parecer algo pequeño, pero podría serlo todo. En 2022 descubrimos un nuevo superpoder: la resiliencia, y demostramos que somos verdaderamente indestructibles".



Vladyslav Vasylkevych (él/elle)
Director de Producción de RA de Snap

"Cuando escuchamos por primera vez acerca de la invasión aquí en Los Ángeles, el miedo nos dejó paralizados. Pero como líder popular, no había tiempo para el pánico. Sabías que la vida de la gente dependía de tu orientación, tu estrategia y tus acciones. Trabajábamos por turnos las 24 horas al día, 7 días a la semana. Cuando te sentías agotado y a punto de desmayarte, le pasabas el teléfono a tu compañero y seguían coordinando. Los turnos diarios empezaban a las 5 de la mañana y se prolongaban hasta las 8 de la tarde. El CEO y los directivos de Snap estaban con nosotros en todas y cada una de las reuniones. Tengo apenas recuerdos de los primeros seis meses de guerra. No dormía, me desmayaba y empecé incluso a desconectarme. Mi equipo me ayudó a salir adelante. Siempre han sido las personas más creativas, fuertes y valientes que he conocido, y ahora tengo la prueba de ello. Pero todavía no logramos entender por qué sucedió esto, por qué alguien tenía tanto odio hacia nuestro país y nuestra gente que quería destruirnos. Es como una película mal escrita, en la que no hay ninguna motivación detrás de la trama: es un guion realmente malo. No he podido regresar a Ucrania, pero ya no me queda mucho allí. La casa de mi hermana quedó destruida. Incluso destruyeron el cementerio donde estaba enterrado mi padre. Y lo más duro fue perder a mi querida abuela, que quedó atrapada en un campo de refugiados durante semanas mientras intentaba escapar. Falleció a los 86 años, un día después de que la pusiéramos a salvo en los Países Bajos. Sobrevivió a muchas adversidades: la Segunda Guerra Mundial, hambrunas, cáncer; era una persona fuerte y una gran inspiración para mí. En el futuro, creo que tendremos nuestro propio Día de la Victoria, al igual que lo hicieron nuestros abuelos después de la Segunda Guerra Mundial. Tendremos que reconstruir nuestra patria y hacerla aún mejor. También intento aportar mi granito de arena de todas las formas posibles. He creado un [libro con el abecedario](#) para mis hijos llena de símbolos ucranianos, y los beneficios que obtengo de él los envío a niños y madres en Ucrania a través de [La fundación Masha](#), que existe para apoyar el bienestar emocional de mujeres y niños durante la guerra.



Lidiia Bogdanovych (Ella/Elles)

Directora Sénior de Diseño de Lentes de Snap (con sede en LA, sede central de Snap)

Grupos de Recursos para Empleados de Snap (ERG)

El programa ERG de Snap está más enfocado / centrado que nunca, con líderes regionales en los mercados de Norteamérica, Europa, Oriente Medio, Norte de África y Asia-Pacífico, respaldados por representantes de la comunidad para iniciativas centradas en las oficinas locales, que benefician a más de 2000 miembros de la comunidad en todo el mundo. En 2022, los ERG fueron socios fundamentales en la creación de comunidad para los grupos subrepresentados en Snap durante un año realmente difícil. Snap reconoce tanto el valor como el potencial de los ERG y ofrece premios a la equidad, formación en liderazgo y asesoramiento a los líderes de los ERG. Iniciamos 2023 con una nueva estructura de gobierno de los ERG para establecer responsabilidades de liderazgo más claras, y continuamos desarrollando formas de proporcionar una interacción más directa con los líderes de Snap. En enero de 2023 invitamos a ERG Leads de todo el mundo a nuestra sede central para celebrar la primera Cumbre Global de Snap para ERG Leads. Los ERG aprovecharon la oportunidad para sugerir mejoras de nuestro producto y trabajar de forma más interfuncional hacia intereses compartidos. El resultado son campañas conjuntas de los ERG para promover asuntos intersectoriales como el Día Mundial de la Salud Mental y el Día Internacional de la Mujer. Además, hemos invertido en una nueva herramienta de gestión de ERG para facilitar el seguimiento y aumentar el compromiso de los ERG, porque una cultura más inclusiva nos beneficia a todos.

Un ejemplo de un ERG que influye en nuestra oferta de productos fue una asociación iniciada por SnapPride, el ERG LGBTQ+ de

Pride Augmented: A Celebration of Queer Art



Snap. En colaboración con V.O Curations, una organización artística con sede en Londres que apoya a artistas emergentes y subrepresentados, Snap inauguró la primera exposición de arte queer con realidad aumentada al aire libre llamada "Pride Augmented: Una celebración del arte queer". La exposición fue impulsada por nuestra tecnología de realidad aumentada (AR) y mostró las obras de arte y las historias de seis artistas LGBTQ + en el 50 aniversario del primer desfile del Orgullo de Londres. Desarrollada por nuestro estudio de RA con sede en París, nuestra tecnología City Landmarker permitió a los Snapchatters ver cada obra de arte, que se exhibió de manera impactante en edificios icónicos mientras exploraban Old Compton Street, Soho. La experiencia también transformó el cielo en los colores del arco iris de la bandera del Orgullo.

Datos de autoidentificación: Un conjunto de datos más inclusivo

En 2020 empezamos a recopilar datos de autoidentificación, que proporcionan una imagen más inclusiva y sólida de nuestro equipo. Esto nos permite captar datos de género no binario, así como otras facetas de la identidad que van mucho más allá de la raza y el género. Por ejemplo, nuestros datos de autoidentificación nos brindan una imagen fascinante de cuántos miembros del equipo de Snap son estudiantes de primera generación, (los primeros de su familia en ir a la universidad en distintos países), desde el 41 % en Australia hasta el 24.9 % en Estados Unidos.

Otros datos incluyen cuántos miembros del equipo son de la comunidad LGBTQ+; cuántos son neurodiversos o viven con una discapacidad mental o física; cuántos son padres o cuidadores; cuántos prestan o han prestado servicio militar; y cuántos hablan un idioma distinto del inglés como primera lengua. Para consultar el conjunto completo de datos, véase la sección 2. Nuestra encuesta de autoidentificación se extiende ahora a mercados que cubren el 93 % de nuestra plantilla: Australia, Canadá, Francia, Alemania, Países Bajos, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido y los EE. UU. La encuesta de autoidentificación de la DEI es voluntaria, y el 82 % de todos los miembros del equipo encuestados han respondido.

"Soy hija de una madre soltera de 19 años del norte de Idaho a la que su enfermera le dijo que me diera en adopción para que pudiera tener una vida mejor. En lugar de eso, optó por abandonar la universidad y criarme. Cuando tenía cinco años nos mudamos a Hawái y vivíamos en una casa sin agua ni luz. Pero eso



me enseñó a ser innovadora y a arreglármelas con lo que teníamos. Recogíamos agua de lluvia para ducharnos y utilizábamos la batería del automóvil para tener electricidad y ver televisión. Todavía puedo recordar las miradas que nos lanzaban cuando mi madre usaba los cupones de comida para hacer las compras. Siempre trabajé muy duro porque quería mejorar mi situación, la de mi familia y la de los demás. Fui la primera persona de mi familia en graduarse en la universidad. Pasé años trabajando en consultoría y, finalmente, tuve la oportunidad de mi vida de unirme a Snap. Aunque no lo mencione con frecuencia, nunca he olvidado mis raíces y de dónde vengo. Deberíamos prestar más atención a las historias de los demás. Cuando llegué a Snap y asistí a mi primera reunión del consejo, pensé "¿qué está pasando aquí?" La escucha radical es una herramienta poderosa, permite escuchar a todos los presentes, no solo a los más ruidosos. Y para una introvertida como yo, eso es fundamental".

Rebecca Morrow (ella/elle)

Jefa de Contabilidad e Interventora

La cumbre de innovación DEI de 2022

En noviembre de 2022, Snap llevó a cabo su Cumbre anual dedicado a la innovación en materia de diversidad, [equidad e inclusión \(DEI\)](#), un evento virtual de un día destinado a motivar a los líderes del sector tecnológico a construir una industria más justa. Este encuentro se enfocó se centró en las recomendaciones de [El informe ACT](#) y promovió un planteamiento intersectorial para transformar los resultados de la DEI a través de los recursos humanos, la cultura y los productos. Este año, siete líderes de Snap y 18 líderes del sector de Google, Uber, Spotify y LinkedIn, entre otros, compartieron las mejores prácticas de la DEI. Entre los ponentes también se encontraban los actores Geena Davis y Keke Palmer. Una [conversación](#) especialmente inspiradora fue la mantenida con la fallecida Judy Heumann, defensora mundial de los derechos de las personas con discapacidad. Destacó las lecciones aprendidas en el movimiento por los derechos de las personas con discapacidad, explorando cómo el sector tecnológico puede elevar el nivel de inclusión y qué acciones

podemos tomar todos para construir un futuro más accesible. La participación de ponentes aumentó un 22 % respecto al año anterior, con un total de 41 ponentes. La mayoría de los participantes se mantuvieron interesados durante más de dos horas de contenido y obtuvimos una tasa de satisfacción del 95 % entre aquellos que completaron nuestra encuesta después de la cumbre (el 60 % de los que completaron la encuesta posterior a la cumbre vieron más de tres horas de contenido).

Diseño inclusivo con Lenguaje de Señas Americano (ASL)

En 2022, el primer anuncio de Snap para los premios Oscar fue un ejemplo de verdadera inclusión tanto en pantalla como fuera de ella. El anuncio, en el que participaron miembros del reparto de la comunidad sorda y directores capacitados en ASL, mostraba a personas que utilizaban las Lentes de Realidad Aumentada (AR Lenses) de Snapchat para aprender a deletrear con los dedos, como parte de una serie de Lentes que



traducen los movimientos de las manos a texto. Estas lentes fueron desarrolladas por un grupo de miembros sordos del equipo de Snap que aportan su perspectiva a los productos de la empresa, y ya están disponibles para todos los usuarios.

"La particularidad de la condición humana es de interés para todos. Esto nos permite dirigirnos directamente al público, invitar e involucrar a una comunidad más diversa en nuestra plataforma. Contribuir con cosas que sean verdaderamente relevantes para las personas y motivarlos a que compartan sus propias ideas... Eso cambia la mentalidad de una empresa sobre para quién está orientada y quién es bienvenido, y entonces eso cambia quién trabaja aquí". Esa fue nuestra idea cuando trabajamos en nuestro primer anuncio de los Oscar, en el que mostrábamos Lentes diseñadas por miembros sordos del equipo de Snap para la comunidad sorda y sus aliados".



Colleen DeCourcy (ella/elle)
Directora Creativa

LACMA, Monumental Perspectives

Esta iniciativa que lleva varios años en marcha con el Museo de Arte del Condado de Los Ángeles (LACMA) utiliza la realidad aumentada para conocer los monumentos y murales, la representación y la historia. Monumental Perspectives reúne a artistas y tecnólogos con el objetivo de crear monumentos virtuales que exploren algunas de las historias de las comunidades de Los Ángeles en un esfuerzo por destacar las perspectivas

de toda la región. En colaboración con líderes comunitarios e historiadores, la segunda generación de artistas, compuesta por Judy Baca, Sandra de la Loza y Kang Seung Lee, examinaron los paisajes cambiantes y los recuerdos como forma de conectar el pasado y el presente a través de la realidad aumentada. Los visitantes pueden experimentar los monumentos de realidad aumentada en lugares específicos de Los Ángeles, como el parque Earvin "Magic" Johnson, el centro recreativo Algin Sutton y la Gran Muralla de Los Ángeles. Los monumentos también pueden ser visitados por cualquier persona en todo el mundo, donde quiera que se encuentre en Snapchat mediante la búsqueda en el explorador de Lentes y escaneando los Snapcodes en el sitio web de LACMA. Más información sobre cómo visitar los monumentos virtuales y ver la colección de Monumental Perspectives del año pasado [aquí](#). En otoño de 2023, el proyecto presentará su colección final.



Rediseñar los sistemas



Rediseñar los sistemas

¿Cuál es la historia?

Rediseñar sistemas es un trabajo duro. Pero esperar resultados distintos sin un planteamiento diferente suele ser un esfuerzo inútil. En 2022 nos planteamos en qué áreas podría tener mayor impacto el "pensamiento sistémico". Para ello es necesario identificar patrones de comportamiento a lo largo del tiempo y las estructuras que los impulsan. Posteriormente diseñamos intervenciones para lo que se conoce como "puntos de alto apalancamiento". Adoptamos este enfoque en áreas como la contratación, el desarrollo de productos, la creación de contenidos y la ampliación de vías no tradicionales de acceso a la tecnología. Por ejemplo, en lugar de enfocarnos en equipos individuales para promover la contratación inclusiva, nos esforzamos por incorporar la contratación inclusiva en todo nuestro sistema de contratación. Aunque este trabajo se encuentra todavía en sus primeras fases, está empezando a tener un impacto en todos los equipos de la empresa.

¿Quiénes son las personas?

"Replantear los procesos de personal, sobre todo en la contratación, para apoyar nuestros objetivos de diversidad e inclusión suele ser más difícil de lo que parece. Hay que estar dispuestos a dejar de lado "cómo ha sido siempre" y seguir una nueva dirección con una visión clara de lo que puede ser, conseguir el apoyo incondicional de los altos directivos, establecer por adelantado una alineación interfuncional e impulsar una gestión de proyectos interminable. Hemos reanudado nuestros esfuerzos para aumentar la diversidad de nuestro canal de talentos, y esperamos que el impacto sea significativo".



Scott Withycombe (él/elle)
Director de Personal

¿Cuáles son los ejemplos?

- 2.1 Contratación inclusiva
- 2.2 Principios de inclusión de productos
- 2.3 Acelerador 523: Creador de diversificación
- 2.4 Inclusión en el marketing
- 2.5 Ampliación de vías no tradicionales
 - Snap Up (aprendizaje)
 - Snap Academies (aprendizaje)
 - Apoyo al talento jurídico diverso
 - Incorporación inclusiva de ingenieros
- 2.6 Ampliar la formación en informática
 - Universidad Estatal de Georgia (GSU)
 - Universidad Estatal de California en Domínguez Hills (CSUDH)

¿Qué ha funcionado (y qué no)?

En términos de nuestro enfoque general, lo que funcionó fue dar prioridad al cambio de los sistemas sobre las iniciativas concretas de la DEI. Lo que funcionó fue reunir a equipos multifuncionales de toda la empresa, con el apoyo de la dirección, con la misión de rediseñar los sistemas. Lo que no funcionó fue reunir a equipos multifuncionales sin garantizar la responsabilidad mutua en la ejecución de objetivos claros, como los OKR conjuntos. Otro ejemplo de lo que no funcionó fue la lección que aprendimos sobre

la contratación: al intentar incorporar la DEI a nuestro proceso de contratación, nos faltó un plan operativo claro y no conseguimos involucrar a los líderes interfuncionales para impulsar las decisiones y el progreso. Ahora hemos resuelto este problema y hemos empezado a hacer avances significativos.

Iniciativas

Plan de contratación inclusivo

Snap está comprometido con la construcción de una empresa que represente las geografías en las que operamos. Sin embargo, debemos acelerar el progreso si queremos alcanzar nuestros objetivos de representación para 2025. Uno de los elementos fundamentales es garantizar que contamos con listas de candidatos equilibradas (es decir, diversas) en la fase de entrevistas presenciales. Además, debemos tomar medidas específicas en cada fase del proceso de contratación. Para lograrlo, hemos desarrollado el concepto de Plan de Contratación Inclusiva (IHP), un conjunto detallado de iniciativas para desarrollar y fomentar un grupo diverso de talentos. Siempre contrataremos al candidato más preparado, independientemente de su sexo, raza u otros factores demográficos. El PHI se concentra en aumentar sistemáticamente el número de candidatos de grupos subrepresentados en nuestra lista de contratación. También estamos poniendo en marcha proyectos piloto en tres países, EE. UU., Reino Unido y Canadá, con el objetivo de considerar un conjunto diverso de candidatos para puestos de liderazgo.

"Nuestro equipo de contratación técnica, en colaboración con nuestro equipo de ingeniería y nuestro SnapWomen ERG, quería crear una comunidad para las ingenieras que solicitan trabajo en Snap. Para ello, nos planteamos cómo priorizar la empatía, la amabilidad y la inclusión en cada etapa del proceso de contratación. Los



comentarios de las candidatas nos indicaron que este enfoque grupal ayudó a generar confianza, reducir el estrés y les permitió desempeñarse con mayor normalidad. Al fin y al cabo, queremos ver cómo las candidatas se desempeñan en situaciones normales, no cómo lo hacen en situaciones de estrés agudo. La ventaja para cada candidata es que crea una nueva red de contactos. La ventaja para nosotros es que se reduce el tiempo total dedicado a las entrevistas y mejoran nuestros índices de contratación, ¡una situación beneficiosa para todas las partes!".

Michele Wilson (ella/elle)

Jefe de Programa, Equipo Técnico de Contratación

Nuevo enfoque de la contratación inclusiva

Aunque la representación de las mujeres en nuestros equipos técnicos están aumentando, queremos probar nuevas estrategias de contratación que nos ayuden a seguir avanzando hacia nuestros objetivos de representación. Una que nos entusiasma especialmente es la celebración de un 'Evento de entrevistas para atraer a más mujeres ingenieras a nuestra cartera

de candidatos, que sin reducir los requisitos técnicos exigidos a los candidatos, prácticamente ha duplicado nuestra tasa normal de conversión de entrevistas (el porcentaje de solicitantes que recibieron ofertas de trabajo tras la fase final de entrevistas). El objetivo es reducir el elevado nivel de estrés asociado a las entrevistas técnicas, especialmente para los grupos subrepresentados, y permitir que los candidatos muestren su verdadero potencial. En lugar de utilizar la estructura tradicional de entrevista con un enfoque centrado en el individuo, se convocó a los candidatos formando una cohorte y se les entrevistó en grupo. Algunos candidatos lo describieron como "codificar con un amigo". También tuvieron la oportunidad de escuchar a los miembros del equipo de Snap hablar de nuestros valores y cultura. Cada asistente tuvo la opción de completar una entrevista técnica 1:1 en el transcurso del evento.

Además de reducir el estrés de los candidatos y facilitar la interacción entre ellos, este enfoque no tradicional permitió que los candidatos conocieran a un mayor número de empleados del equipo de Snap (que normalmente no tendrían tiempo para entrevistar a un gran volumen de candidatos de manera individual). También sirvió para facilitar el trabajo de las actuales ingenieras de Snap, a las que a menudo se les pide que dediquen tiempo de su jornada laboral a conocer a los candidatos. Incluso los candidatos que no recibieron una oferta de trabajo pudieron conectarse al instante con un grupo de trabajo en red formado por otros aspirantes a ingenieros. Y el enfoque de trabajo en grupo hizo que el proceso de contratación fuera mucho más eficiente: las horas de ingeniería dedicadas a entrevistas y reuniones informativas se redujeron en un 40 %.

Principios de inclusión de productos

En 2022, Snap publicó [Principios de inclusión por diseño](#) una serie de principios que establecen las bases de nuestra forma de pensar en torno a la inclusión de productos. El objetivo es proporcionar tres principios guía para todos aquellos involucrados en el desarrollo de productos en Snap: Aumentar la inclusión, construir con empatía y asumir riesgos inteligentes.

"Mi esperanza es que nuestra iniciativa 'Principios de inclusión por diseño' ayude a todos a comprender nuestro objetivo. Y si no damos en el blanco, los usuarios se animarán a dar su opinión, sensibilizar y hacer sugerencias. Porque si logramos una buena inclusión del producto, más personas disfrutarán de Snapchat, lo que tendrá un impacto directo en nuestra capacidad de crecer y de llegar a mucha más personas en todo el mundo".



Bobby Murphy (él/elle)
Cofundador y Director Técnico de Snap

Los principios fueron el resultado de un gran esfuerzo interfuncional entre el equipo de producto, el equipo de Ingeniería e IDEA (Inclusión, Diversidad, Equidad, Reconocimiento), en estrecha colaboración con la plataforma de la cámara, la política y la integridad de la plataforma, y Legal. Antes de la publicación de los principios, la inclusión de productos ya se venía trabajando en Snap desde hacía algún tiempo con diversas iniciativas especiales.

¹ Adoptamos una visión amplia de la diversidad, que incluye raza, sexo, condición LGBTQ+, discapacidad, edad, estatus socioeconómico, condición de padres y cuidadores, etc. [Objetivos actuales](#) se centran específicamente en la representación global de los géneros, y en los grupos raciales subrepresentados en los EE. UU., que son negros, hispanos/latinx, indígenas, de Oriente Medio/Norte de África/árabes y de múltiples razas. Aunque los asiáticos no están subrepresentados en la población global de Snap en EE.UU., tenemos un objetivo de diversidad que se centra en aumentar su representación en puestos de liderazgo (Dir+).



Por ejemplo, con Snap al permitir que las personas con discapacidad se expresen con mayor autenticidad, [hizo Bitmoji más inclusivo](#) incorporando sillas de ruedas, bastones y audífonos. Curiosamente, los usuarios con discapacidad que utilizaron estas funciones tenían 8 veces más probabilidades de compartir esas imágenes que los demás usuarios, lo que evidencia que una mayor inclusión de productos genera mejores resultados empresariales.

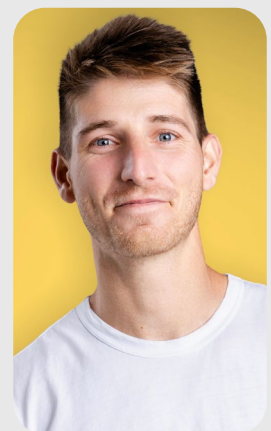
Es otro ejemplo [Cámara inclusiva](#). Este es un compromiso a largo plazo para asignar recursos y mejorar el rendimiento de Snap Camera para todos los usuarios, en particular para aquellos con tonos de piel oscura que no han recibido un buen servicio en el pasado. En 2022, Snap también invirtió en un nuevo programa de pruebas inclusivas como vía para validar la inclusión de las nuevas funciones de nuestra cámara. El equipo se asoció con un proveedor externo e identificó a 1500 personas para que ayudaran a probar sus productos, empezando por Ring Flash, en una serie de atributos de la DEI, como el sexo y el tono de piel.

Acelerador 523: Diversificación Programas para creadores de contenidos

Más allá de diversificar nuestro equipo en Snap, también estamos trabajando para diversificar el talento encargado de crear nuestros contenidos. El Programa Acelerador de Contenidos 523 es una serie de programas de Snap diseñado para apoyar a pequeñas empresas de contenidos y creadores de grupos subrepresentados a crecer y monetizar en Snap. Estos programas proporcionan subsidios, herramientas educativas y oportunidades de establecer contactos para impulsar a diversos creadores.

El programa 523 para empresas de contenidos es un programa de un año de duración que apoya a socios de grupos subrepresentados con programas en Descubre. Desde su lanzamiento en marzo de 2022, la primera clase alcanzó un total de 52 millones de espectadores en Descubre.

"Hemos evolucionado en nuestra manera de pensar para reconocer el valor de la inclusión de productos por derecho propio. Por supuesto, la implementación de un diseño inclusivo suele conducir a mejores resultados empresariales. Pero invertimos en diseño inclusivo porque creemos que es lo correcto".



Jack Brody (él/elle)
Vicepresidente de Producto

En septiembre de 2022, lanzamos 523 para creadores negros, un programa de un año que apoya a creadores negros principiantes que quizás no tengan conocimientos, apoyo o conexiones en la industria.

El programa recibió más de 4000 solicitudes y los candidatos seleccionados se asociaron con Westbrook Media, Google Pixel y UNCMMN, una empresa especializada en la creación de estrategias para el talento y el entretenimiento que promueve la diversidad de creadores en los nuevos medios de comunicación. Inclusión en Marketing El equipo de Marketing de Snap se encarga de promocionar y comunicar los distintos productos y servicios de Snap a nivel mundial. Snap Marketing ha establecido procesos más inclusivos para promover la DEI como parte de sus procesos de producción y distribución de contenidos. El año pasado, Snap Marketing asignó al menos el 15 % de su presupuesto de marca de medios digitales en EE. UU. a editores o creadores de contenidos propiedad de BIPOC. También facilitó el acceso a diversos creativos, garantizando que se tenga en cuenta al menos a un director subrepresentado cuando varios proveedores presenten ofertas para un proyecto. En 2023, Snap Marketing se propone continuar o superar estos objetivos, al tiempo que explora otros que promuevan una mayor diversidad en el talento utilizado en las producciones de contenidos.

"Cuando introducimos stickers que representaban discapacidades en Bitmoji, nos sorprendió comprobar que ser más inclusivos aumentaba de forma significativa la participación. Los usuarios de Bitmoji que compartían stickers de sillas de ruedas compartían 8 veces más stickers de Bitmoji que otros usuarios de Bitmoji



Chat. Y los que compartieron stickers con bastones, lo hicieron 10 veces más. Teníamos la expectativa de que sería significativo para los usuarios, pero no esperábamos la participación que recibimos. Las personas con discapacidad han sido ignoradas durante demasiado tiempo en la tecnología, especialmente en el desarrollo de productos. Sé por experiencia propia que es doloroso cuando te sientes excluido, pero también sientes una gran alegría cuando eres incluido".

Rai Hsu (ella/elle)

Directora de Producto, Bitstrips Corporate - Bitmoji

Ampliando las vías no tradicionales de acceso a Snap

Snap ha creado una amplia variedad de iniciativas para ofrecer a personas con formación no tradicional la oportunidad de trabajar con nosotros. Una "formación no tradicional" se refiere a alguien sin un título de cuatro años de una universidad de prestigio o sin experiencia previa en otras empresas tecnológicas reconocidas.

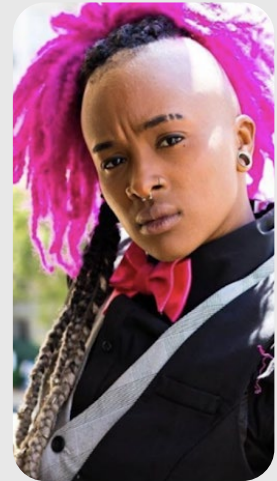
Snap Up (aprendizaje)

Para construir más vías de acceso a la tecnología para grupos subrepresentados, en 2019 iniciamos Snap Up, un programa que conecta con estudiantes que normalmente no tendrían la oportunidad de trabajar en un lugar como Snap, incluidos aquellos que estudian en universidades históricamente negras (HBCUs) e instituciones de servicio hispano (HSIs). Uno de los objetivos es aumentar la diversidad a nivel regional, por ejemplo, abarcando las escuelas del sur, donde las oportunidades tecnológicas pueden ser menos frecuentes. En 2022, Snap y la Universidad de Arizona colaboraron para lanzar Snap Cats, un programa que brinda prácticas y otras oportunidades a estudiantes de colegios comunitarios del sur de Arizona. Un programa que ofrece pasantías y otras oportunidades a estudiantes de colegios comunitarios del sur de Arizona.

Academias Snap (aprendizaje)

Las Snap Academies son programas innovadores diseñados para brindar carreras profesionales significativas a las comunidades negra, indígena, hispano/latinx y a otros grupos que históricamente han estado desconectados de la igualdad de oportunidades en el sector tecnológico, como las mujeres, los estudiantes de universidades

"Realmente nunca imaginé que trabajaría para una plataforma, y ahora veo de primera mano cómo Snapchat permite a los creadores ser ellos mismos y fomenta la autenticidad y la libertad creativa. Esto es válido para todos los creadores en Snapchat, pero es especialmente valioso para que los grupos subrepresentados puedan mostrarse y contar su propia historia, a su manera".



Brooke Berry (ella/elle)

Directora de desarrollo de talentos

comunitarias y los jóvenes que pueden haber vivido sin hogar, en hogares de acogida o bajo la tutela del sistema de justicia juvenil. Nuestras cuatro academias cuentan con planes de estudios personalizados de Snap para enseñar diseño, ingeniería, narración de historias y Lentes centrados en la realidad aumentada.

También hemos creado una nueva iniciativa llamada Lens Learning, que enseña realidad aumentada a estudiantes de grupos subrepresentados. Snap organiza varios retos al año para proporcionar aprendizaje básico de Lens Studio y aprendizaje basado en proyectos. Por ejemplo, en uno de los retos, los estudiantes tuvieron la oportunidad de aprender Lens Studio, interactuar con miembros del equipo de Snap y competir por un premio en efectivo y/o una entrevista para conseguir una de las 15 becas de la Snap Lens Academy.

"Me dedico a la selección de personal para nuestro programa Snap Up, y es una experiencia increíble tener la oportunidad de ayudar a personas procedentes de entornos menos afortunados.

Yo vengo de ese entorno, en el que tus padres no pueden ayudarte porque nunca tuvieron la oportunidad de ir a la universidad o trabajar en una empresa. Ser un estudiante universitario de primera generación implica mucha inseguridad: tanto psicológica como literalmente. La primera vez que tuve seguro médico fue trabajando en Snap. Conozco la diferencia que marcan estas oportunidades. Es por eso que animo a los solicitantes de nuestro programa Snap Up, porque sé que puede cambiarles la vida".



Laila Forghani (ella/él)

Reclutadora Senior Universitaria

asociados de Law in Tech Diversity Collaborative (LiTD), colaborando con un destacado bufete de abogados para acoger a un estudiante de Derecho de un grupo subrepresentado.

Módulo de incorporación de ingeniería inclusiva

Además de desarrollar nuevas vías de acceso a la tecnología, Snap se centra en la inclusión de talento diverso. Por ejemplo, como parte del proceso de incorporación, todas las nuevas contrataciones en el equipo de ingeniería pasan por nuestro módulo de incorporación de ingeniería inclusiva, que brinda apoyo y aumenta la visibilidad de las nuevas contrataciones en las iniciativas de ingeniería actuales. También pone a disposición de los ingenieros recursos como nuestros principios de inclusión por diseño y nuestros principios y pautas de equidad en el aprendizaje automático. Esto permite que los nuevos ingenieros incorporen la inclusión en las primeras etapas de su trayectoria en Snap, haciendo que la DEI sea algo que se integre en su trabajo desde el principio.

Apoyar el talento jurídico diverso

Para ayudar en la diversificación de la profesión jurídica, los miembros del equipo jurídico y de políticas públicas de Snap colaboraron de manera voluntaria con varias organizaciones que se centran en facilitar el acceso de estudiantes de grupos subrepresentados a la carrera de derecho y a prestigiosos bufetes de abogados. En colaboración con Legal Education Access Pipeline (LEAP), varios de nuestros abogados internos actúan como mentores de estudiantes de grupos subrepresentados que solicitan ingreso en facultades de Derecho. El equipo jurídico y de políticas públicas de Snap también ha continuado participando en el programa de verano para

Expansión de la enseñanza de la informática

[El informe ACT](#) destaca una investigación que demuestra lo que sabemos: el sistema educativo tiene un mayor impacto en las oportunidades de vida que cualquier otro sistema. Por ello, el sector tecnológico debería intervenir antes para que todos los niños, y no solo aquellos que viven en zonas acomodadas o asisten a distritos escolares bien financiados, puedan acceder a una educación informática de calidad. Sin embargo, debido a la escasez crónica de profesores de informática, sobre todo en comunidades subrepresentadas, ampliar la enseñanza de este campo no es hoy

una opción realista. Adoptando un enfoque de pensamiento sistémico, uno de los puntos de mayor influencia para mejorar el acceso a la enseñanza de las ciencias de la computación es la formación de más profesores.

Snap se ha propuesto hacerlo [Destinar recursos para capacitar a mil profesores al año en alfabetización informática](#), integrando los conceptos de las ciencias de la computación en todas las áreas de enseñanza. Esto ha sido posible gracias a una donación de 10 millones de dólares de Snap: 5 millones a la Universidad Estatal de Georgia y 5 millones a la Universidad Estatal de California Dominguez Hills. Este programa se ha hecho posible gracias a la colaboración de Snap con la [CSforAll](#).

Universidad Estatal de Georgia (GSU)

Con esta inversión de Snap, en 2022 la GSU, que gradúa a unos 400 profesores cada año, enseñó informática a cerca de la mitad del personal docente. La GSU está ahora más cerca de alcanzar su objetivo que es enseñar informática a los 400 profesores todos los años. En 2022, la mitad de los profesores eran negros o afroamericanos, un tercio blancos y un 10 % hispanos o latinos.

La Universidad Estatal de California en Domínguez Hills (CSUDH)

La inversión de Snap beneficia a unos 600 estudiantes universitarios y 400 de posgrado de la facultad de educación de la CSUDH, de los cuales el 50 % son estudiantes universitarios de primera generación y el 87 % son estudiantes de color. Con ambas inversiones de cinco millones de dólares se crearon dotaciones en cada una de las instituciones para sentar las bases de un trabajo a largo plazo. Esto significa que estos dos programas contarán con financiación continua y dispondrán de una fuente fiable de fondos para seguir llevando a cabo esta labor fundamental.



Impulsar la rendición de cuentas



Impulsar la responsabilidad

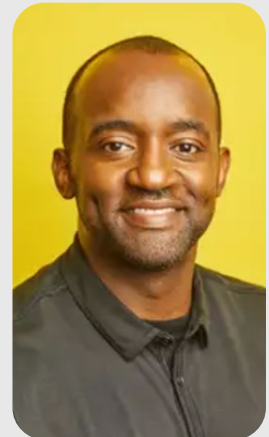
¿Cuál es la historia?

La rendición de cuentas es un requisito previo para impulsar la mejora de los resultados de la DEI. Como cualquier otra prioridad empresarial, la DEI necesita objetivos bien definidos, sistemas de gobernanza, plazos y datos para seguir y medir el éxito en relación con los resultados obtenidos. En otras palabras, la DEI debe estar integrada en nuestra forma de hacer negocios. En esta sección analizaremos los esfuerzos de Snap por responsabilizar a los miembros de nuestro equipo, especialmente a los directivos, para garantizar que la DEI no sea un mero añadido. En su lugar, al integrarla en la estrategia empresarial de la compañía, estará sujeta al mismo escrutinio que otras funciones empresariales básicas. Pero imponer métricas por sí solo puede convertirse en un ejercicio superficial que no necesariamente resulta en un cambio duradero. Es fundamental saber que la rendición de cuentas debe empezar por uno mismo. No se puede delegar la DEI. La DEI requiere fundamentalmente un liderazgo personal, porque es tarea de todos.

¿Cuáles son los ejemplos?

- 3.1 Informes trimestrales de la DEI
- 3.2 Coalición para la Responsabilidad Tecnológica
- 3.3 Diversidad de proveedores y abastecimiento estratégico
- 3.4 Estudio sobre la identidad global de Snapchatters
- 3.5 Auditoría de contenidos de Snap
- 3.6 Aumentar la inclusión en ingeniería
- 3.7 Brecha salarial de género

"Nunca antes he sido parte de un equipo ejecutivo en el que el CEO y el equipo directivo dediquen tanto tiempo y energía a la DEI. ¿Significa eso que estamos donde tenemos que estar? No, nos queda mucho camino por recorrer. ¿Llegaremos? La DEI es un juego largo, estamos progresando y, con un compromiso continuo, creo que podemos llegar".



Kenny Mitchell (él/elle)
Director de Marketing

¿Qué ha funcionado (y qué no)?

En 2022, lo que funcionó fue mejorar la rendición de cuentas y las estructuras de gobernanza para impulsar los objetivos de la DEI. Lo que funcionó fue involucrar a la alta dirección en el desarrollo de metas y objetivos específicos de la DEI para cada departamento, con el asesoramiento del equipo de IDEA, y proporcionar información con los datos de cada organización. Lo que no funcionó fue esperar que se produjera un cambio entre los departamentos sin asegurar que cada organización empresarial contara con un alto directivo que gestionara el proyecto de la DEI. Otro planteamiento que no funciona es el de los departamentos que persiguen iniciativas de DEI no relacionadas entre sí y no consiguen alcanzar los objetivos generales de la empresa en este ámbito. En lugar de eso, queremos que haya más madera en vez de flechas para tener más posibilidades de dar en el blanco.

Un ejemplo de lo que funcionó fue implementar un plan claro y medible respaldado por revisiones trimestrales de la dirección de la empresa. Esto ha generado un cambio significativo a lo largo del tiempo, y Snap ha pasado de tener un departamento con OKR de DEI definidos a tenerlos en cada departamento.

Iniciativas

Informes de actividades trimestrales de la DEI

Snap implementó revisiones trimestrales de negocio con la C-Suite de Snap para realizar un seguimiento de los esfuerzos y el progreso hacia nuestros OKR de la DEI a lo largo de 2021 y 2022. Las responsabilidades de alcanzar los objetivos de la DEI se ha redirigido constantemente a nuestro equipo de liderazgo. Se ha pedido a todos los miembros de nuestra C-Suite que designen líderes (Sr. Mgr+) de sus respectivos equipos para que actúen como DEI Business Leads.

En 2022 aumentamos el apoyo directo a los DEI Business Leads mediante un programa enfocado en la experiencia y el liderazgo en la DEI. Este programa reúne a los responsables de negocio de la DEI de toda la empresa para analizar los desafíos y las soluciones comunes. Además, en 2022 seguimos mejorando el panel de datos sobre diversidad (DDD) para facilitar el seguimiento de los avances anuales a nivel orgánico hacia nuestros objetivos de representación.

Coalición para la Responsabilidad Tecnológica

Snap está financiando la creación de una entidad intersectorial, la Tech Accountability Coalition (la coalición), para medir, seguir y acelerar los resultados de la igualdad de género en el sector

¿Quiénes son las personas?

"Desde que nuestro jefe de ingeniería empezó a celebrar reuniones mensuales para supervisar el estado de los OKR (objetivos y resultados clave) Nuestro trabajo se puso realmente en marcha. Todo el mundo tiene trabajo importante y urgente que atender, incluso con las mejores intenciones, a menos que un líder establezca un proceso para ofrecer apoyo, responder preguntas y, lo que es más importante, hacer que las personas se responsabilicen, las iniciativas de la DEI no recibirán la atención que en definitiva merecen".



Antoine 'Bo' Bohanan (él/elle)
Jefe de Ingeniería Inclusiva

tecnológico. Este es el resultado directo del esfuerzo Action to Catalyze Tech ([El informe ACT](#)) que Snap inició en 2020 y publicó en 2021. El Informe ACT es una iniciativa colaborativa para reinventar y transformar los resultados de la DEI en tecnología, y proporciona un marco de acción riguroso para los líderes del sector. La Coalición, desarrollada por el Aspen Institute, lleva adelante la visión y el trabajo de ACT colaborando con las empresas tecnológicas para estandarizar la recopilación de datos de la DEI, ampliar y apoyar

la aplicación de las mejores prácticas y ayudar al sector a responsabilizarse de los avances. El mandato de la Coalición es seguir, medir y acelerar la DEI a nivel industrial.

Diversidad de proveedores y abastecimiento estratégico

En el informe anual de diversidad del año pasado, nos comprometimos a duplicar nuestro gasto con diversos proveedores desde 15 millones de dólares hasta 30 millones de dólares para 2025. Ya hemos alcanzado este objetivo, gastando más de 30 millones de dólares solo en 2022 con diversos proveedores. En 2022, nos concentramos en las iniciativas de divulgación para garantizar que las bases de datos de Snap estuvieran actualizadas y para compartir información sobre nuestro programa con nuestros proveedores.

En el verano de 2022, llevamos a cabo un proyecto de divulgación de proveedores, con el objetivo de llegar a todos nuestros diversos proveedores y solicitarles que ellos mismos informen sus clasificaciones de diversidad y carguen sus certificaciones directamente en nuestro portal de proveedores (Oracle). Con vistas al futuro, el equipo de abastecimiento estratégico está colaborando con el equipo de Experiencia en el lugar de trabajo para empezar a captar diversos proveedores de nivel dos, que son subcontratistas/proveedores que trabajan por debajo de los proveedores directos de Snap. El equipo también está integrando los esfuerzos de divulgación de los proveedores en sus procesos de abastecimiento (solicitud de propuestas) y de renovación de contratos para recopilar información y seguir fomentando el autoinforme en Oracle. Por último, el equipo trabajará para enriquecer nuestros

informes de diversidad, de modo que reflejen los proveedores certificados y los no certificados.

Estudio de identidad global de Snapchatters

En 2022, Snap solicitó un estudio de identidad global de Snapchatters en 13 países. El estudio, elaborado por la empresa de investigación Kresnicka Research & Insights, estableció perfiles de identidad en cada mercado basándose en datos demográficos y opiniones, además de identificar las dimensiones de identidad que los Snapchatters consideraban más destacadas y que querían ver representadas con más frecuencia en Snapchat. El estudio reveló que, en la mayoría de los mercados, los Snapchatters muestran una mayor diversidad que la población general. Por ejemplo, alrededor del 20 % o más de los Snapchatters diarios se identifican como LGBTQ+. El estudio mostró que, en todo el mundo, los Snapchatters están más preocupados por la salud mental, el acoso y la igualdad. En lo que respecta a la autoestima, muchos Snapchatters experimentan una desconexión entre la forma en que se ven a sí mismos y la forma en que la sociedad los ve, incluidos sus valores, habilidades y carácter. Los análisis de este estudio ya han llevado a Snap a establecer objetivos de representación de contenidos para nuestros OKR de 2023. También tenemos previsto utilizar estos conocimientos para conectar más estrechamente con nuestros socios de publicidad, marketing y los medios de comunicación con los Snapchatters e invitarles a que nos ayuden a prestar un mejor servicio a nuestra comunidad diversa.

Primera auditoría de contenidos de Snap

Snap se asoció con el Laboratorio Media Neuroscience Lab (MNL) de la Universidad de California en Santa Bárbara y la Annenberg Inclusion Initiative (AII) de la Universidad del Sur

de California para llevar a cabo, por vez primera en su clase, una evaluación plurianual [auditoría](#) de los contenidos en inglés de Snapchat. El proyecto evaluó contenidos asociados (contenidos de socios de medios tradicionales y digitales), y Snap Originals (series hechas exclusivamente para Snapchat). El equipo utilizó una combinación tanto de métodos computacionales como de asesores humanos para conocer la representación del género, la raza/etnia, el colectivo LGBTQ+ y la discapacidad en los contenidos de Snapchat.

La auditoría identificó dónde nuestro contenido de ecosistema asociado reflejaba más o menos a nuestros usuarios, destacando tanto los aspectos positivos como las carencias que debemos abordar. Por ejemplo, la representación de personas negras y afroamericanas está a la par con el promedio nacional, pero la representación LGBTQ+ tiene aún espacio para crecer. También reveló la efectividad con la que Snap Originals nos permitió mostrar talento diverso e historias inclusivas, representando a los miembros de nuestra comunidad en todas las facetas de su identidad.

Una de las decisiones difíciles que tomamos como empresa en 2022 fue poner fin a Snap Originals. Pero estamos cambiando ese enfoque a nuestra red de socios y creadores de confianza, trabajando con ellos para aplicar las lecciones que aprendimos mientras producíamos Originals. Estamos aplicando estos análisis para crear un plan de acción de contenidos que nos ayudará a reducir las diferencias entre quiénes son los Snapchatters y las identidades y contenidos que ellos ven representados en Snapchat.

Mayor inclusión en la ingeniería

En 2022, el líder de Ingeniería de Snap, Jerry Hunter (ahora COO de Snap) introdujo las Revisiones de Liderazgo DEI OKR. Durante 2022, el equipo de ingeniería de Snap alcanzó el 75 % de sus objetivos de la DEI en ingeniería. Estos objetivos se centraron en tres áreas fundamentales: inclusión de productos; atracción y retención de talento diverso; y aceptación de la pertenencia y el crecimiento profesional de nuestro equipo interno. Muchos de los programas que tenemos hoy en día se deben a un riguroso compromiso de OKR con la planificación, la atención y la iteración. El éxito se ha visto impulsado por una mayor rendición de cuentas.

Como dijo un líder empresarial [escrito](#) en Inc. com *"La esencia de la rendición de cuentas no consiste en castigar los errores. Es dar a todos la oportunidad de fijar objetivos y encontrar el éxito de forma transparente con el apoyo de todo el equipo". Rendir cuentas es un regalo. Los líderes empresariales eficaces incorporan la rendición de cuentas positiva como parte de su práctica diaria. Cuando se realiza de manera adecuada, esto promueve una cultura en la que las personas se apoyan entre sí para rendir mejor, al tiempo que genera confianza y lealtad."*³

Brecha salarial entre hombres y mujeres

La oficina de igualdad del gobierno del Reino Unido (R.U.) establece que todas las empresas con más de 250 empleados en el Reino Unido deben determinar la diferencia salarial entre hombres y mujeres e informar al respecto. La diferencia salarial entre hombres y mujeres difiere del concepto de "a igual trabajo, igual salario", ya que calcula la diferencia entre los ingresos medios por hora de hombres y mujeres.

³ "3 pasos para fomentar la rendición de cuentas positiva en tu empresa" Inc.com, octubre de 2018

Este año hemos observado mejoras en nuestra BSG en el Reino Unido, y las diferencias se han reducido en comparación con el año pasado. Esto refleja, en parte, los movimientos positivos que hemos observado en el aumento del número de mujeres en puestos directivos, tanto a través de contrataciones como de promociones internas. Sin embargo, todavía no estamos donde queremos estar y nos estamos centrando en cuatro áreas fundamentales para seguir cerrando esta brecha: contratación inclusiva, fomento del talento interno, construcción de una cultura inclusiva y mejora de los beneficios inclusivos en el lugar de trabajo. Nuestro [Informe 2022 R.U. GPG](#) informe detalla nuestras diferencias salariales, así como nuestras actividades en estas cuatro áreas prioritarias.

Conclusión

En tiempos difíciles, resulta aún más importante aplicar la Lente de la DEI a todo nuestro trabajo, a todo nuestro trabajo, y no solo a los programas DEI ad hoc. Sin embargo, la integración de la DEI requiere tiempo y esfuerzo y, sobre todo, una mentalidad diferente. Reconocemos que es un proceso continuo y, por supuesto, estamos ansiosos por lograr un mayor éxito.

Como dijimos en nuestro último informe anual de diversidad, "Roma no se construyó en un día, pero tampoco podemos esperar años para obtener resultados". En aquellos sectores en los que nuestros progresos han sido lentos, como por ejemplo, en el aumento de la representación de los grupos raciales y étnicos subrepresentados, debemos aportar nuevas estrategias y energía al desafío. Y en aquellos sectores en los que estamos progresando de forma constante, por ejemplo, incorporando más mujeres a nuestras organizaciones tecnológicas y al liderazgo tecnológico, debemos acelerar, experimentar y superar nuevos límites. El 2022 nos hizo un llamado para rediseñar nuestro negocio en un mundo que ha cambiado. Aunque esto representó un desafío, también nos permitió enfocarnos en la lección principal de 2022: garantizar que la DEI no sea un esfuerzo aislado. Más bien es un trabajo colectivo que nos exige a todos ver el mundo de forma diferente.

Sección II

Datos de Snap

Encuesta de autoidentificación: Un conjunto de datos más inclusivo

En 2022, llevamos a cabo la encuesta de autoidentificación DEI de Snap para el 93 % de nuestros empleados en Australia, Canadá, Francia, Alemania, Países Bajos, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido y Estados Unidos. El propósito de la encuesta es permitir que los miembros del equipo puedan autoidentificarse con datos más inclusivos que estén más allá de la raza/grupo étnico y el género. La encuesta de autoidentificación DEI es voluntaria, y el 82 % de todos los miembros del equipo encuestados respondieron. Estos resultados son representativos de aquellos que completaron la encuesta.

	Snap en general	Australia	Canadá	Europa*	EAU	Reino Unido	EE. UU.
Son miembros de la comunidad LGBTQ+	8.0 %	2.3 %	15.7 %	4.4 %		7.6 %	8.2 %
Son transgénero	0.3 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %		0.4 %	0.3 %
Actualmente están sirviendo o previamente sirvieron en una organización militar	1.9 %	0.0 %	0.0 %			3.0 %	1.9 %
Son graduados universitarios de primera generación	27.1 %	41.0 %	30.3 %	35.8 %	32.8 %	35.9 %	24.9 %
Son neurodiversos o viven con una enfermedad mental y/o discapacidad*	4.4 %	2.2 %	10.1 %	8.1 %	5.1 %	4.8 %	4.0 %
Viven con una discapacidad física	2.4 %	2.2 %	3.4 %	3.5 %	0.0 %	3.2 %	2.2 %
Son padres	27.3 %	42.2 %	27.0 %	33.0 %	42.4 %	28.3 %	26.2 %
Brindar atención con regularidad a alguien que no sea un menor.	6.8 %	4.4 %	6.7 %	17.0 %	33.9 %	3.8 %	6.2 %
Hablan un primer idioma distinto del inglés	41.4 %	28.9 %	28.1 %	90.3 %	74.6 %	40.9 %	38.1 %

*Los miembros del equipo que se identificaron como personas que viven tanto con una discapacidad física como con una neurodiversidad/enfermedad mental y/o discapacidad mental se cuentan en ambas categorías.

* "Europa" es una combinación de respuestas de autoidentificación de los miembros de nuestro equipo en Francia, Alemania y Países Bajos. Las respuestas de los miembros de nuestro equipo del Reino Unido no se incluyen en la categoría "Europa", sino que se presentan por separado, tal como se hizo en el informe DAR de 2022.

Datos principales

La representación de las mujeres en la tecnología ha aumentado cada año desde 2020

- Ahora es del 21.2 % (2021: +3.1 pp a 19.6 %, 2022: +1.6 pp a 21.2 %).
- El avance se ha producido tanto en el nivel de Director+ como en el de Director de Personas, donde hemos registrado el mayor aumento anual en la representación de mujeres Directoras de Personas en Tecnología (2021: +2.0 pp hasta el 13.3 %, 2022: +2.9 pp hasta el 16.2 %).
- También hemos observado una reducción del índice de desgaste de las mujeres. Ahora hay poca diferencia en el índice de abandono de hombres (0.99) y mujeres (1.01) (donde 1 es igual al índice promedio de abandono en Snap).
- El índice de abandono de las mujeres en el sector tecnológico (0.83) es inferior al de los hombres en el sector tecnológico (0.93) y al de las mujeres en el sector no tecnológico (1.11) (donde 1 equivale al índice promedio de abandono en Snap).

Perdimos representación de grupos raciales y étnicos subrepresentados en nuestra plantilla de EE. UU. (-1.2 puntos Porcentuales)

- Los grupos raciales subrepresentados aumentaron dentro de nuestro liderazgo (+1.5 pp hasta el 13.8 %).
- La representación de la raza negra disminuyó tanto en el caso de las mujeres (-0.4 pp) como en el de los hombres (-0.5 pp) en EE. UU., y en el de las mujeres negras en el nivel de Director de Personas (-0.5 pp).
- Hemos registrado un aumento de las tasas de abandono entre los miembros negros del equipo. Estos cambios en la representación se centran principalmente en los puestos no tecnológicos, donde la representación de las mujeres negras disminuyó 0.7 pp, hasta el 4.1 %, y la de los hombres negros disminuyó 0.9 pp, hasta el 3.3 %.
- La representación de los hispanos/latinxs (+0.1 puntos porcentuales, hasta el 7.3 %) ha variado poco, tanto en el caso de las mujeres hispanas/latinas (+0.2 pp, hasta el 3 %) como en el de los hombres hispanos/latinxs (-0.1 pp, hasta el 4.3 %).
- En el sector tecnológico, hemos observado un aumento de la representación de los directores de personal URG (+1.3 pp hasta el 11.3 %), en particular de los directores de personal negros, hispanos/latinos y de Oriente Medio/Norte de África/Árabes.

La representación en la contratación de mujeres y grupos raciales y étnicos subrepresentado disminuyó

- En 2022, las mujeres representaron el 37.6 % de las contrataciones mundiales (-1.3 pp), y los grupos raciales subrepresentados representaron el 22.2 % de las contrataciones en EE. UU. (-2.3 pp).
- La disminución de las contrataciones de mujeres se observó en general en todos los grupos raciales y étnicos, con la excepción de las mujeres asiáticas, que representaron el 16.5 % de las contrataciones en EE. UU. (+0.7pp).
- En el sector tecnológico, las mujeres representaron el 22.6 % de las contrataciones globales (-1.3 pp). La contratación de mujeres en el nivel de Director+ descendió 7.6 pp en 2022.

Objetivos de la DEI de Snap para 2025

- Aumentar al
- 20 % los grupos raciales y étnicos subrepresentados en EE. UU. Aumentar la presencia de mujeres en puestos tecnológicos hasta el 25 %.
- Aumentar la presencia de mujeres y de grupos raciales y étnicos de EE. UU. en puestos de liderazgo en un 30 %.

Representación de las mujeres en la tecnología

Representación actual: **21.2 %**

Crecimiento necesario para alcanzar el objetivo de 2025: **3.8 pp**



Representación de la URG en la mano de obra laboral de los EE. UU.

Representación actual: **16.2 %**

Crecimiento necesario para alcanzar el objetivo de 2025: **3.8 pp**

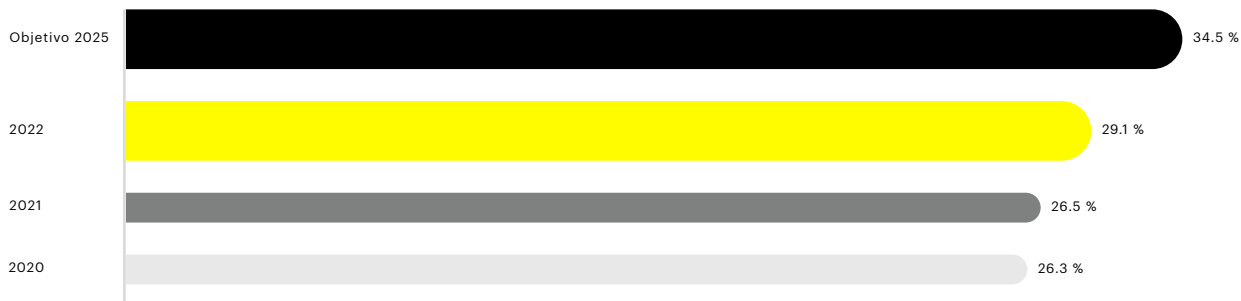


Dado que usamos una combinación de dos fuentes de datos, los datos que informamos en el DAR no se ajustan directamente a nuestro conjunto de datos regulatorios. Por ejemplo, la encuesta de autoidentificación de DEI de Snap permite a los miembros del equipo que se identifiquen como no binarios, del Medio Oriente o Indígenas, mientras que los Datos regulatorios no lo hacen. Usamos esta metodología para comprender más las identidades representadas en Snap. Específicamente estos datos informan nuestra estrategia de fomentar la inclusión y promover resultados equitativos en el lugar de trabajo. Sin embargo, al establecer y rastrear los objetivos de representación, Snap usa el conjunto de Datos regulatorios. Este conjunto de datos se ajusta a la forma en que las agencias reguladoras de EE. UU. informan sobre el mercado laboral actual. Nos permite ver más fácilmente dónde nos comparamos con el mercado laboral, ya que se relaciona con la población en general.

Representación de mujeres en puestos directivos

Representación actual: **29.1 %**

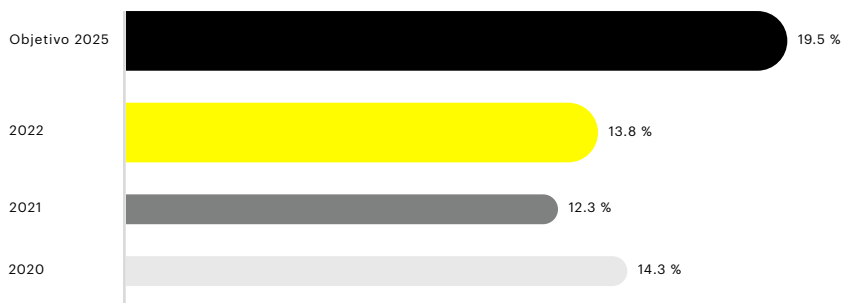
Crecimiento necesario para alcanzar el objetivo de 2025: **5.4 pp**



Representación de la URG en el liderazgo de los EE. UU.

Representación actual: **13.8 %**

Crecimiento necesario para alcanzar el objetivo de 2025: **5.7 pp**



Representación de asiáticos en el liderazgo de los EE. UU.

Representación actual: **23.2 %**

Objetivo alcanzado

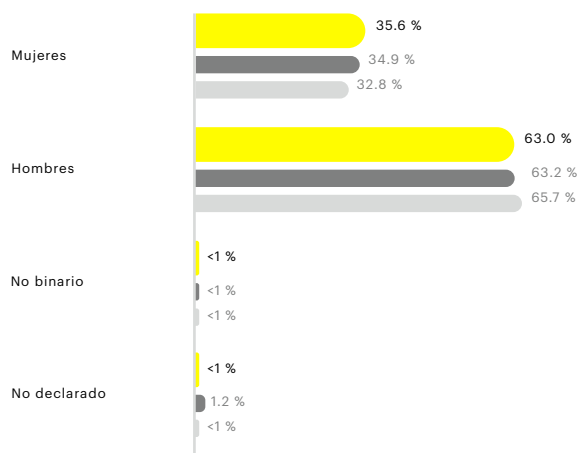


Dado que usamos una combinación de dos fuentes de datos, los datos que informamos en el DAR no se ajustan directamente a nuestro conjunto de datos regulatorios. Por ejemplo, la encuesta de autoidentificación de DEI de Snap permite a los miembros del equipo que se identifiquen como no binarios, del Medio Oriente o Indígenas, mientras que los Datos regulatorios no lo hacen. Usamos esta metodología para comprender más las identidades representadas en Snap. Específicamente estos datos informan nuestra estrategia de fomentar la inclusión y promover resultados equitativos en el lugar de trabajo. Sin embargo, al establecer y rastrear los objetivos de representación, Snap usa el conjunto de Datos regulatorios. Este conjunto de datos se ajusta a la forma en que las agencias reguladoras de EE. UU. informan sobre el mercado laboral actual. Nos permite ver más fácilmente dónde nos comparamos con el mercado laboral, ya que se relaciona con la población en general.

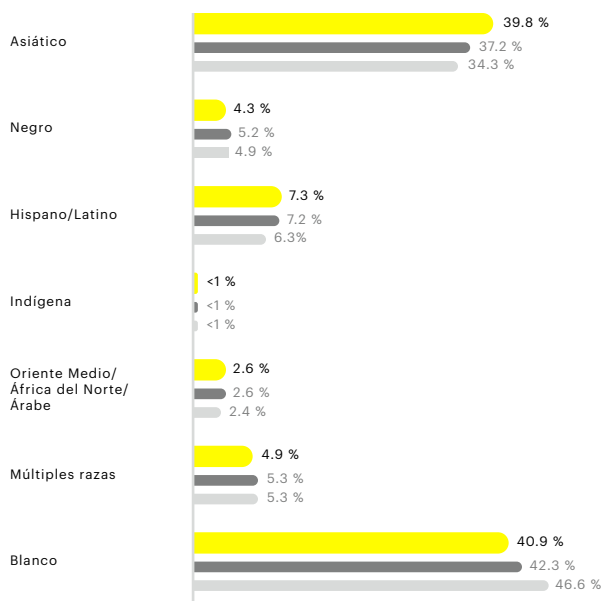
Datos de la fuerza laboral de Snap

Clave 2022 2021 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Indígena	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	12.8 %	1.9 %	3.0 %	<1.0 %	<1.0 %	2.0 %	15.4 %
	2021	11.6 %	2.3 %	2.7 %	<1.0 %	<1.0 %	2.2 %	15.8 %
	2020	9.7 %	2.0 %	2.3 %	<1.0 %	<1.0 %	2.2 %	16.9 %
Hombres	2022	26.8 %	2.3 %	4.3 %	<1.0 %	1.7 %	2.7 %	25.3 %
	2021	25.4 %	2.8 %	4.4 %	<1.0 %	1.7 %	2.9 %	26.1 %
	2020	24.4 %	2.8 %	4.1 %	<1.0 %	1.6 %	3.1 %	29.2 %
No binario	2022	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %
	2021	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %
	2020	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %

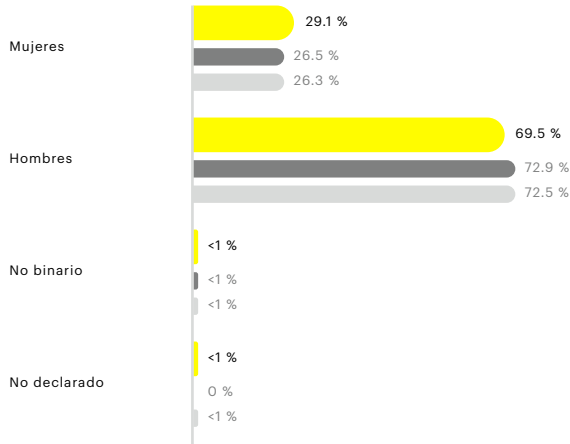
En todas las tablas interseccionales de la sección de datos, cuando un número no aparece, no hay representación para ese grupo interseccional. Todos los porcentajes se han redondeado a la décima más cercana. Como resultado, en algunos casos, los porcentajes para el género total y/o la raza/grupo étnico total pueden no sumar exactamente el 100 %.

Representación de liderazgo interseccional

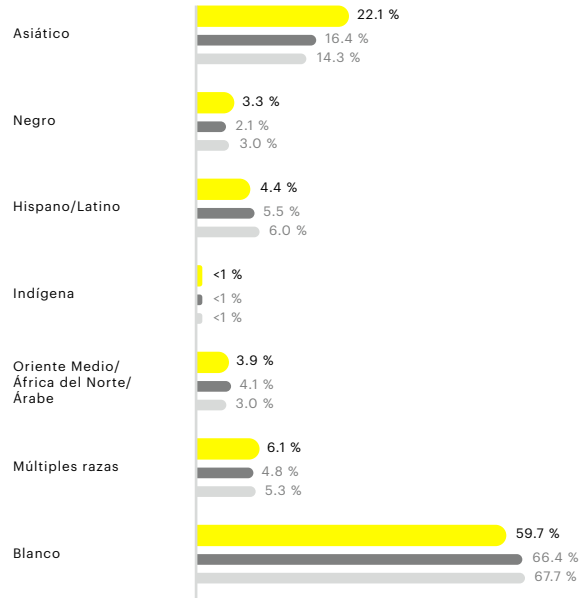
Director+

Clave ■ 2022 ■ 2021 ■ 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

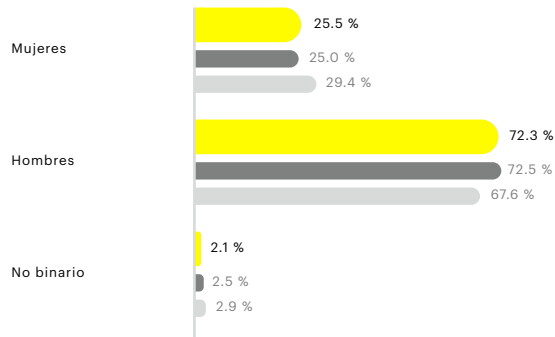
		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Indígena	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	3.9 %	<1.0 %	1.7 %		1.7 %	2.2 %	21.5 %
	2021	3.4 %	<1.0 %	1.4		2.1 %	1.4 %	20.5 %
	2020	3.8 %	<1.0 %	<1.0 %		2.3 %	1.5 %	20.3 %
Hombres	2022	18.2 %	2.2 %	2.8 %	<1.0 %	2.2 %	3.9 %	37.6 %
	2021	13.0 %	1.4 %	4.1 %	<1.0 %	2.1 %	3.4 %	45.2 %
	2020	10.5 %	2.3 %	5.3 %	<1.0 %	<1.0 %	3.8 %	46.6 %
No binario	2022		<1.0 %					<1.0 %
	2021							<1.0 %
	2020							<1.0 %

Representación de liderazgo interseccional

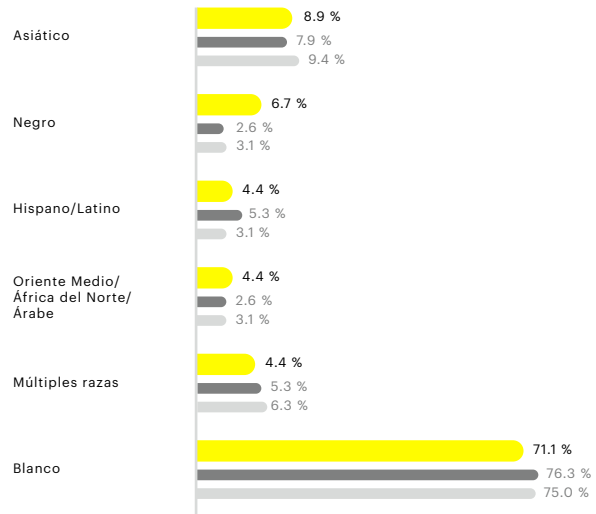
Vicepresidente+

Clave 2022 2021 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

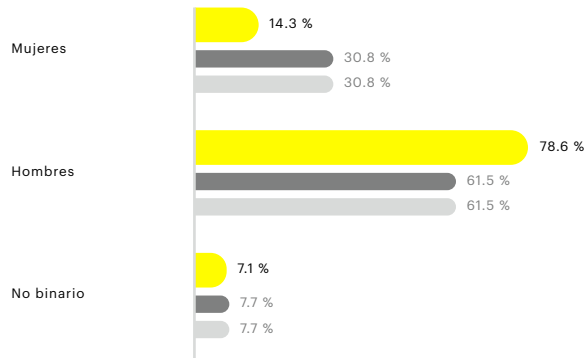
		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	2.2 %		2.2 %	2.2 %	2.2 %	15.6 %
	2021	5.3 %		2.6 %		2.6 %	13.2 %
	2020	6.3 %				3.1 %	18.8 %
Hombres	2022	6.7 %	6.7 %	2.2 %	2.2 %	2.2 %	53.3 %
	2021	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	60.5 %
	2020	3.1 %	3.1 %	3.1 %	3.1 %	3.1 %	53.1 %
No binario	2022						2.2 %
	2021						2.6 %
	2020						3.1 %

Representación de liderazgo

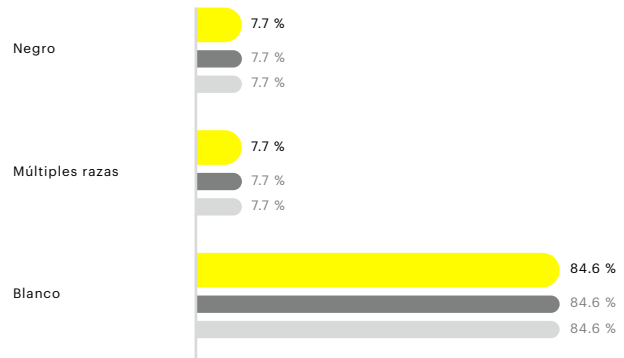
Ejecutivo

Clave 2022 2021 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)

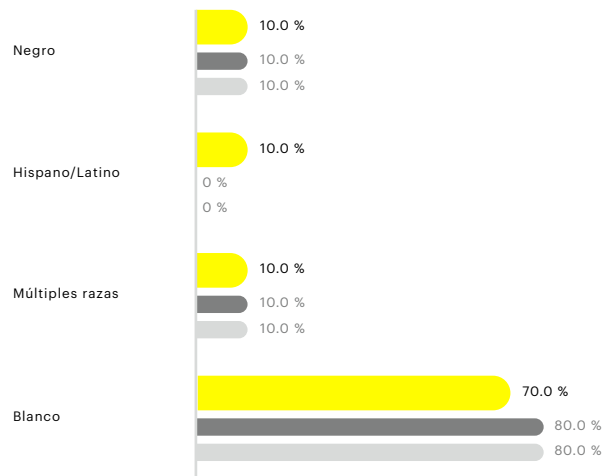


Junta

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)

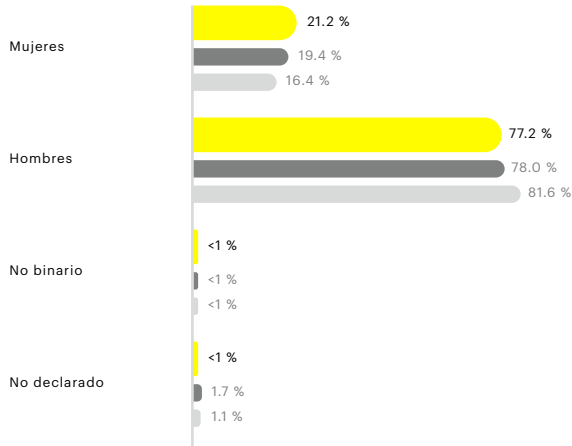


Representación interseccional | En toda la empresa

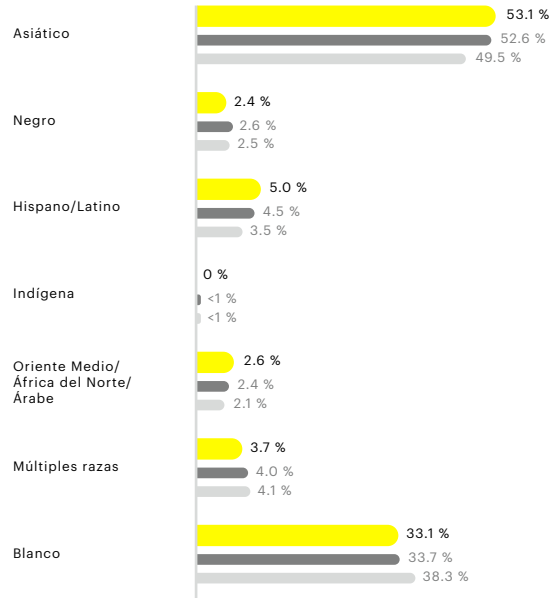
Tecnología

Clave ■ 2022 ■ 2021 ■ 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

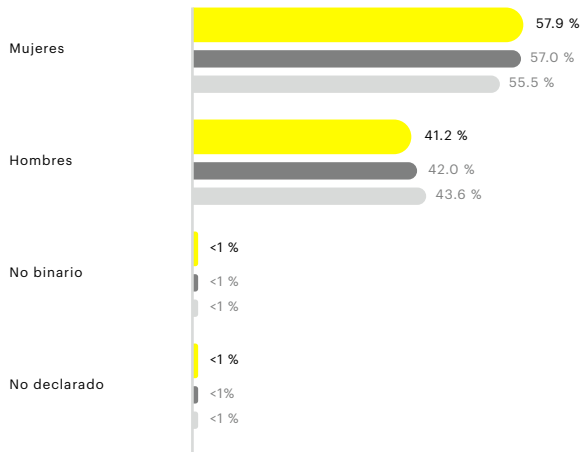
		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Indígena	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	14.3 %	<1.0 %	1.1 %		<1.0 %	<1.0 %	5.0 %
	2021	13.0 %	<1.0 %	<1.0 %		<1.0 %	<1.0 %	4.2 %
	2020	10.4 %	<1.0 %	<1.0 %		<1.0 %	<1.0 %	4.1 %
Hombres	2022	38.5 %	1.8 %	3.9 %		2.1 %	2.8 %	27.8 %
	2021	39.3 %	2.0 %	3.5 %	<1.0 %	2.0 %	3.1 %	29.0 %
	2020	38.7 %	1.9 %	2.8 %	<1.0 %	2.0 %	3.3 %	33.6 %
No binario	2022	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %		<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %
	2021	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %			<1.0 %	<1.0 %
	2020	<1.0 %					<1.0 %	<1.0 %

Representación interseccional | En toda la empresa

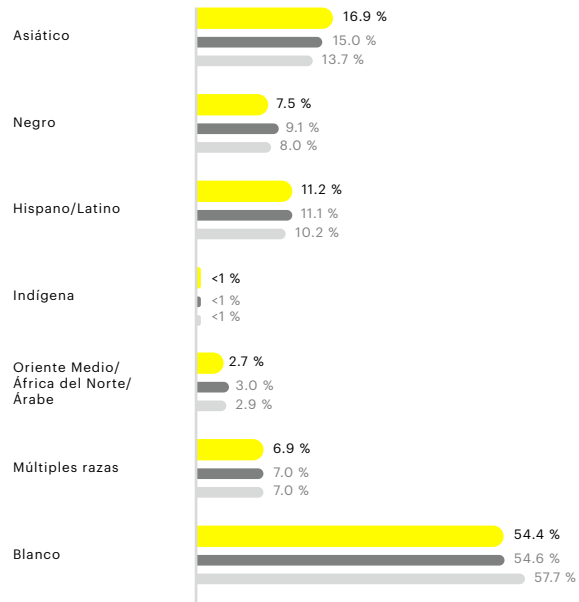
No tecnológico

Clave 2022 2021 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

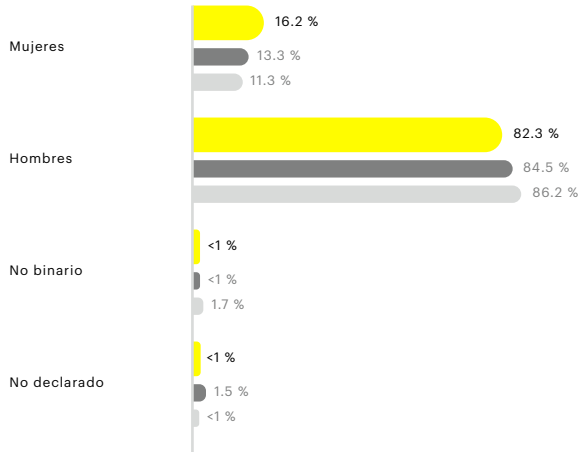
		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Indígena	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	10.2 %	4.1%	6.2 %	<1.0 %	1.6 %	4.2 %	33.2 %
	2021	9.6 %	4.9 %	5.4 %	<1.0 %	1.8 %	4.2 %	32.5 %
	2020	8.7 %	3.8 %	4.5 %	<1.0 %	1.7 %	4.2 %	34.1 %
Hombres	2022	6.6 %	3.3 %	4.9 %	<1.0 %	1.1 %	2.5 %	20.9 %
	2021	5.3 %	4.1 %	5.7 %	<1.0 %	1.1 %	2.7 %	21.8 %
	2020	5.0 %	4.1 %	5.7 %	<1.0 %	1.2 %	2.7 %	23.3 %
No binario	2022	<1.0 %	<1.0 %				<1.0 %	<1.0 %
	2021	<1.0 %	<1.0 %			<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %
	2020	<1.0 %	<1.0 %			<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %

Representación interseccional | Gerente de personal

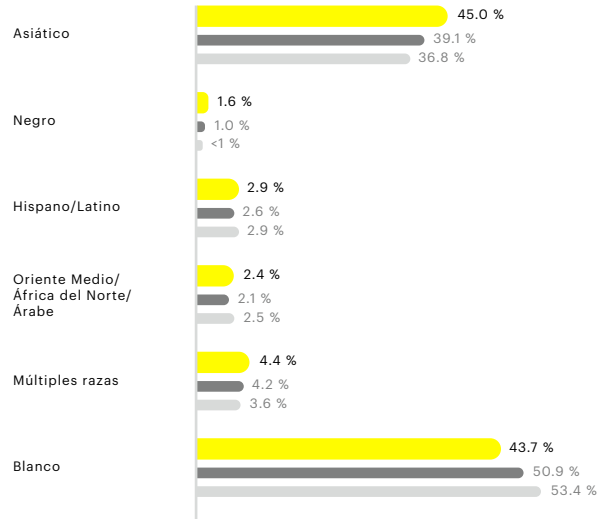
Tecnología

Clave 2022 2021 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

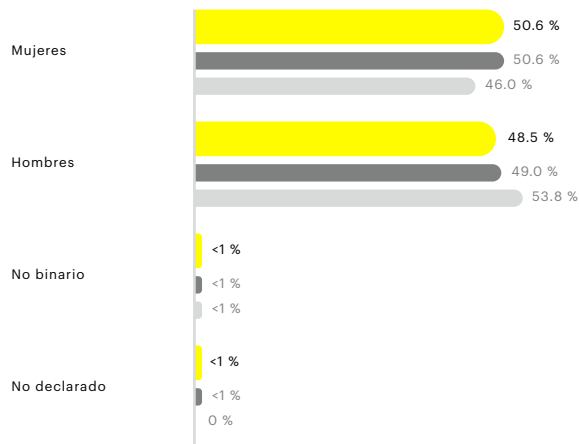
		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	8.0 %	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %	1.1 %	6.2 %
	2021	5.5 %	<1.0 %		<1.0 %	<1.0 %	6.3 %
	2020	4.7 %			<1.0 %		5.8 %
Hombres	2022	36.8 %	<1.0 %	2.4 %	2.2 %	3.3 %	37.3 %
	2021	33.3 %	<1.0 %	2.6 %	1.8 %	3.7 %	44.4 %
	2020	31.4 %	<1.0 %	2.9 %	2.2 %	3.6 %	46.9 %
No binario	2022	<1.0 %	<1.0 %				<1.0 %
	2021	<1.0 %					<1.0 %
	2020	<1.0 %					<1.0 %

Representación interseccional | Gerente de personal

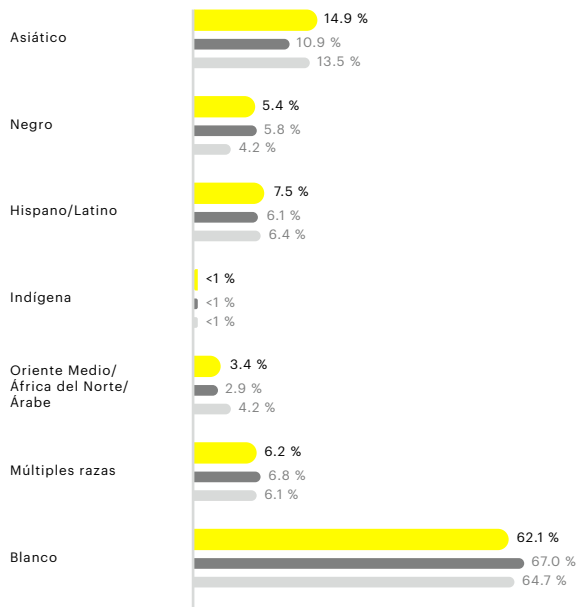
No tecnológico

Clave 2022 2021 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

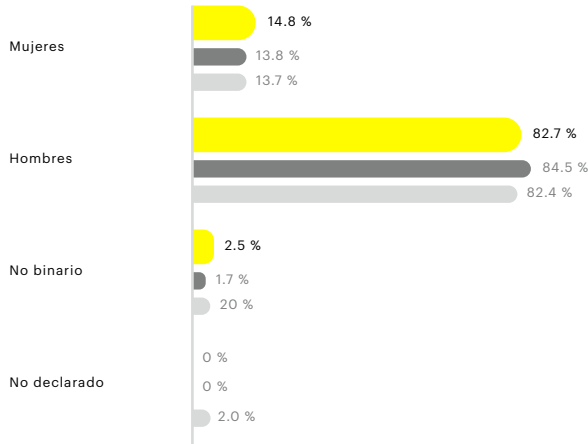
		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Indígena	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	7.7 %	2.3 %	4.4 %		1.8 %	3.1 %	34.5 %
	2021	6.1 %	3.2 %	2.9 %		1.9 %	3.9 %	35.9 %
	2020	7.1 %	1.3 %	2.6 %	<1.0 %	2.2 %	3.2 %	31.7 %
Hombres	2022	7.2 %	3.1 %	3.1 %	<1.0 %	1.5 %	2.6 %	27.3 %
	2021	4.9 %	2.7 %	3.2 %	<1.0 %	<1.0 %	2.7 %	31.1 %
	2020	6.4 %	2.9 %	3.8 %	<1.0 %	1.9 %	2.6 %	33.0 %
No binario	2022						<1.0 %	<1.0 %
	2021						<1.0 %	
	2020						<1.0 %	

Representación de liderazgo interseccional | Director+

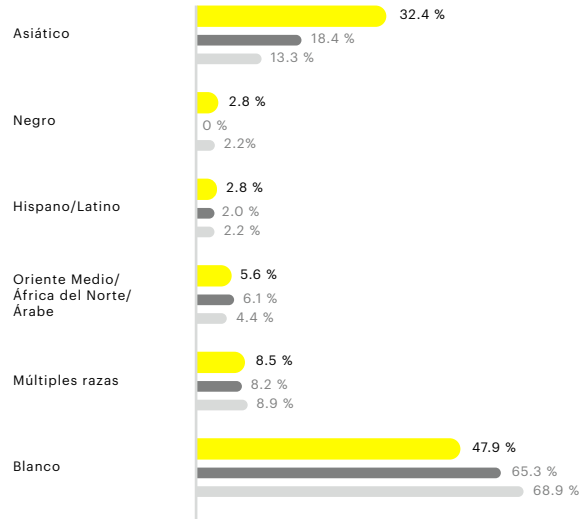
Tecnología

Clave ■ 2022 ■ 2021 ■ 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

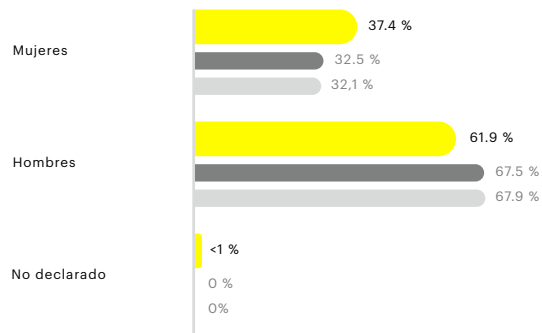
		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	1.4 %			1.4 %	1.4 %	12.7 %
	2021				2.0 %		14.3 %
	2020		2.2 %		2.2 %		11.1 %
Hombres	2022	31.0 %	1.4 %	2.8 %	4.2 %	7.0 %	33.8 %
	2021	18.4 %		2.0 %	4.1 %	8.2 %	49.0 %
	2020	13.3 %		2.2 %	2.2 %	8.9 %	55.6 %
No binario	2022		1.4 %				1.4 %
	2021						2.0 %
	2020						2.2 %

Representación de liderazgo interseccional | Director+

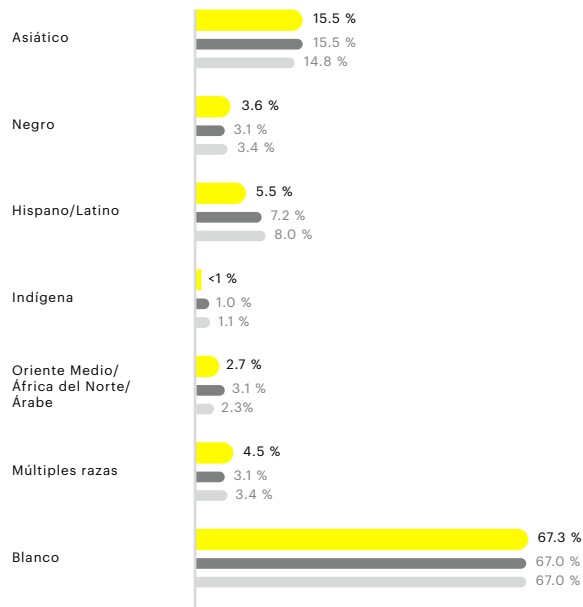
No tecnológico

Clave ■ 2022 ■ 2021 ■ 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

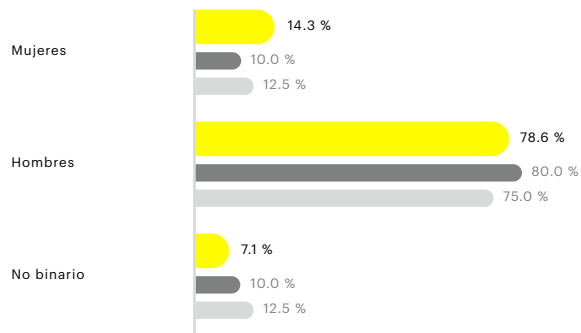
		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Indígena	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	5.5 %	<1.0 %	2.7 %		1.8 %	2.7 %	27.3 %
	2021	5.2 %	1.0 %	2.1 %		2.1 %	2.1 %	23.7 %
	2020	5.7 %		1.1 %		2.3 %	2.3 %	25.0 %
Hombres	2022	10.0 %	2.7 %	2.7 %	<1.0 %	<1.0 %	1.8 %	40.0 %
	2021	10.3 %	2.1 %	5.2 %	1.0 %	1.0 %	1.0 %	43.3 %
	2020	9.1 %	3.4 %	6.8 %	1.1 %		1.1 %	42.0 %

Representación de liderazgo interseccional | Vicepresidente+

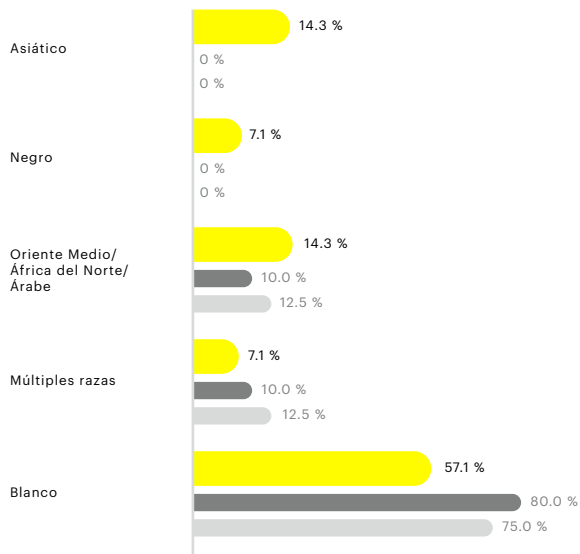
Tecnología

Clave 2022 2021 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

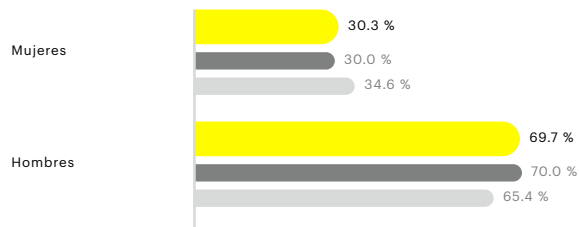
		Asiático	Negro	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	7.1 %				7.1 %
	2021					10.0 %
	2020					12.5 %
Hombres	2022	14.3 %	7.1 %	7.1 %	7.1 %	42.9 %
	2021	10.0 %				60.0 %
	2020	12.5 %				50.0 %
No binario	2022					7.1 %
	2021					10.0 %
	2020					12.5 %

Representación de liderazgo interseccional | Vicepresidente+

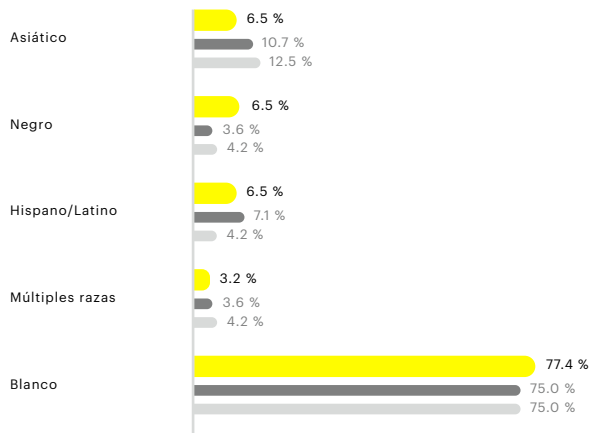
No tecnológico

Clave ■ 2022 ■ 2021 ■ 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

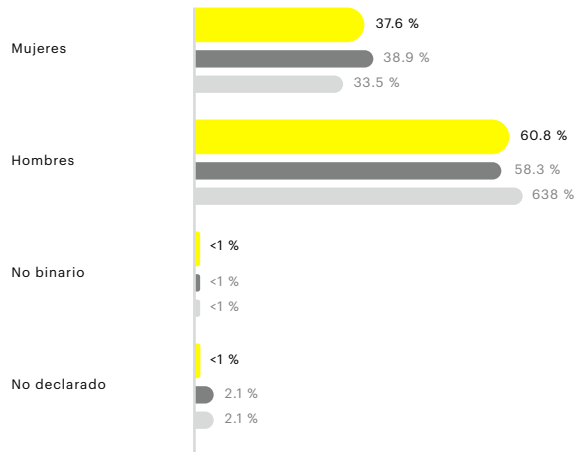
		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	3.2 %		3.2 %	3.2 %	19.4 %
	2021	7.1 %		3.6 %	3.6 %	14.3 %
	2020	8.3 %			4.2 %	20.8 %
Hombres	2022	3.2 %	6.5 %	3.2 %		58.1 %
	2021	3.6 %	3.6 %	3.6 %		60.7 %
	2020	4.2 %	4.2 %	4.2 %		54.2 %

Contratación interseccional

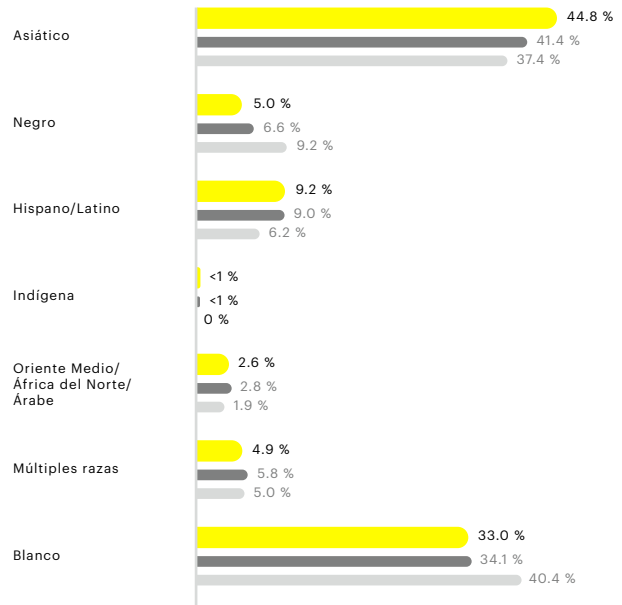
En toda la empresa

Clave 2022 2021 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Indígena	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	16.5 %	2.8 %	3.6 %	<1.0 %	<1.0 %	1.7 %	13.3 %
	2021	15.8 %	3.2 %	3.7 %	<1.0 %	1.3 %	2.5 %	14.3 %
	2020	12.1 %	4.8 %	2.6 %		<1.0 %	2.3 %	14.1 %
Hombres	2022	28.1 %	2.3 %	5.5 %	<1.0 %	1.7 %	3.0 %	19.5 %
	2021	25.4 %	3.2 %	5.2 %	<1.0 %	1.5 %	3.2 %	19.4 %
	2020	25.2 %	4.3 %	3.6 %		1.6 %	2.5 %	25.8 %
No binario	2022	<1.0 %		<1.0 %		<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %
	2021	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %			<1.0 %	<1.0 %
	2020	<1.0 %					<1.0 %	<1.0 %

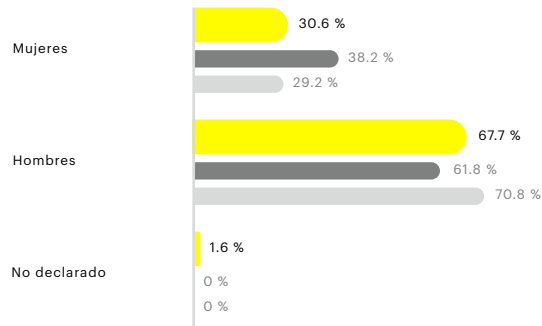
Los datos de contratación representan las contrataciones por grupo como porcentaje del total de contrataciones.

Contratación interseccional

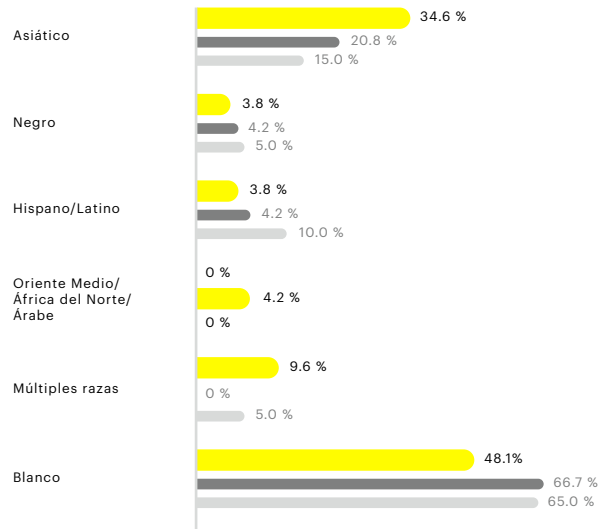
Liderazgo | Director+

Clave 2022 2021 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	7.7 %				3.8 %	23.1 %
	2021	4.2 %	4.2 %	4.2 %			29.2 %
	2020	5.0 %					30.0 %
Hombres	2022	26.9 %	3.8 %	3.8 %		5.8 %	25.0 %
	2021	16.7 %			4.2 %		37.5 %
	2020	10.0 %	5.0 %	10.0 %		5.0 %	35.0 %

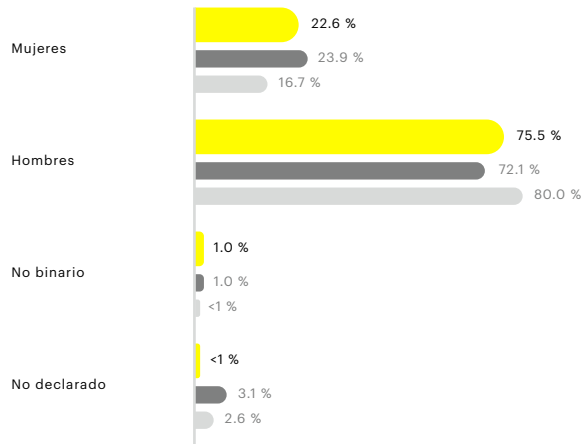
Los datos de contratación representan las contrataciones por grupo como porcentaje del total de contrataciones.

Contratación interseccional

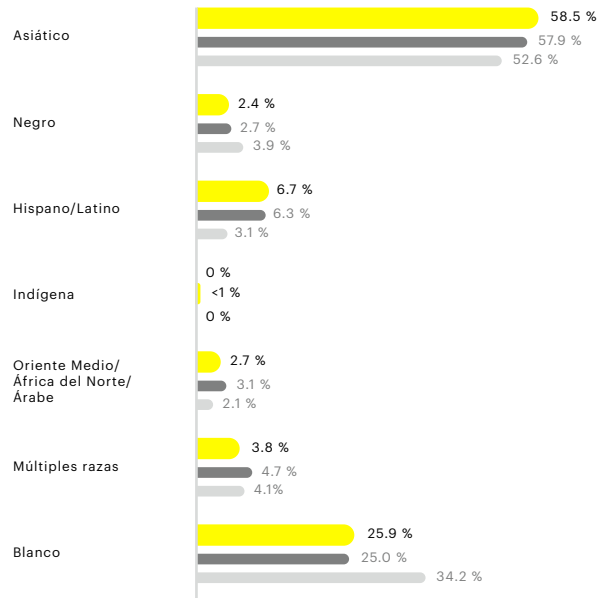
Tecnología

Clave 2022 2021 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Indígena	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	18.0 %	<1.0 %	1.4 %		<1.0 %	<1.0 %	4.0 %
	2021	18.2 %	<1.0 %	1.4 %		<1.0 %	1.1 %	4.4 %
	2020	12.4 %	1.6 %	<1.0 %			1.0 %	3.9 %
Hombres	2022	40.1 %	2.0 %	5.1 %		2.0 %	3.3 %	21.9 %
	2021	39.4 %	2.0 %	4.8 %	<1.0 %	2.1 %	3.4 %	20.2 %
	2020	39.9 %	2.3 %	2.3 %		2.1 %	3.1 %	29.8 %
No binario	2022	<1.0 %		<1.0 %		<1.0 %	<1.0 %	
	2021	<1.0 %	<1.0 %	<1.0 %			<1.0 %	<1.0 %
	2020	<1.0 %						<1.0 %

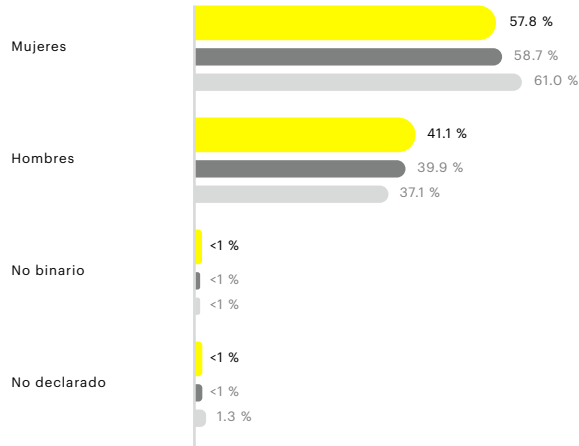
Los datos de contratación representan las contrataciones por grupo como porcentaje del total de contrataciones.

Contratación interseccional

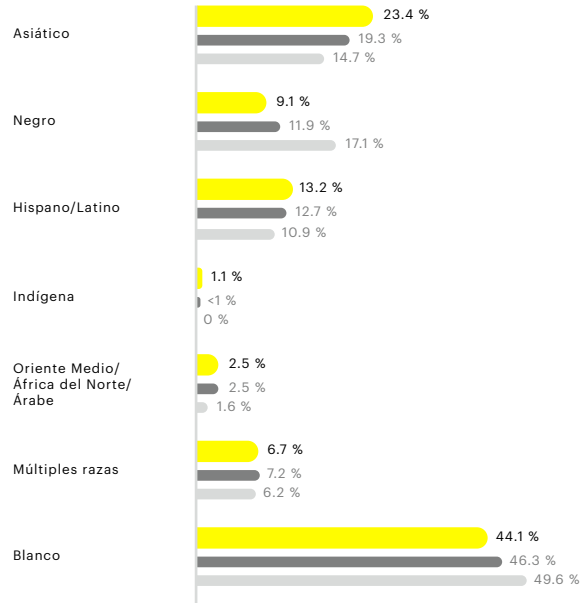
No tecnológico

Clave 2022 2021 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



Raza/grupo étnico interseccional (EE. UU.)

		Asiático	Negro	Hispano/Latino	Indígena	Oriente Medio/ África del Norte/Árabe	Múltiples razas	Blanco
Mujeres	2022	14.0 %	6.5 %	7.2 %	<1.0 %	1.1 %	3.8 %	27.8 %
	2021	12.5 %	6.6 %	6.9 %	<1.0 %	1.6 %	4.3 %	27.5 %
	2020	11.6 %	9.7 %	5.4 %		<1.0 %	4.3 %	29.5 %
Hombres	2022	9.4 %	2.7 %	6.0 %	<1.0 %	1.3 %	2.7 %	15.8 %
	2021	6.8 %	4.9 %	5.8 %		<1.0 %	2.8 %	18.3 %
	2020	3.1 %	7.4 %	5.4 %		<1.0 %	1.6 %	19.8 %
No binario	2022						<1.0 %	<1.0 %
	2021		<1.0 %				<1.0 %	<1.0 %
	2020						<1.0 %	<1.0 %

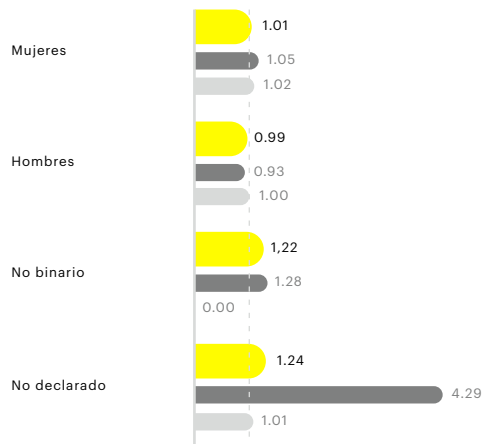
Los datos de contratación representan las contrataciones por grupo como porcentaje del total de contrataciones.

Índice de reducción promedio

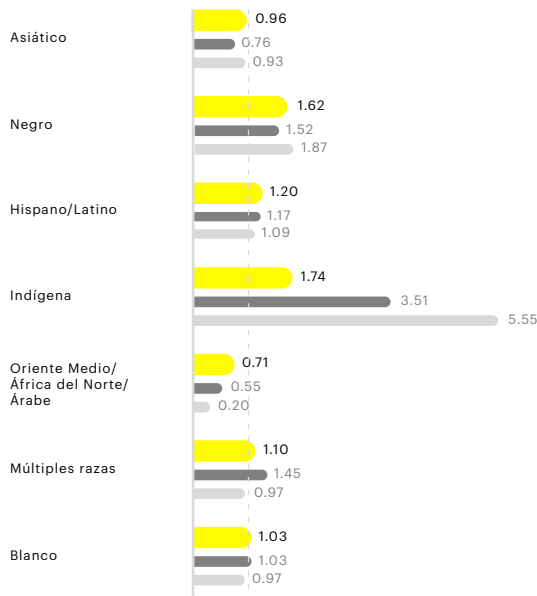
En toda la empresa

Clave 2022 2021 2020

Género (global)

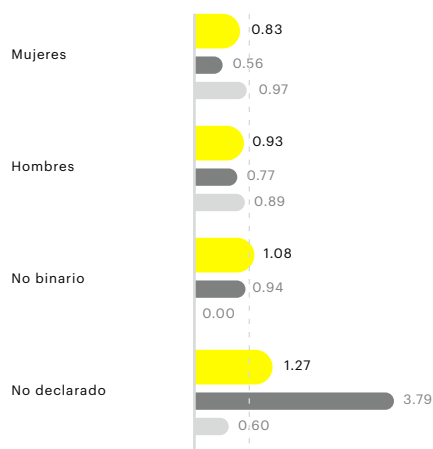


Raza/grupo étnico (EE. UU.)

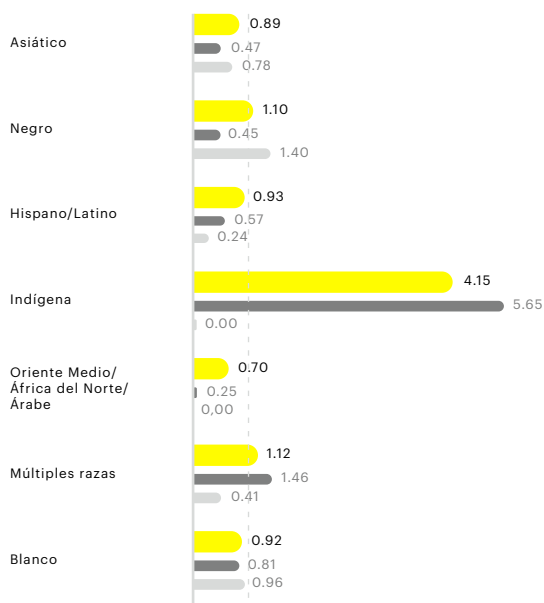


Tecnología

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



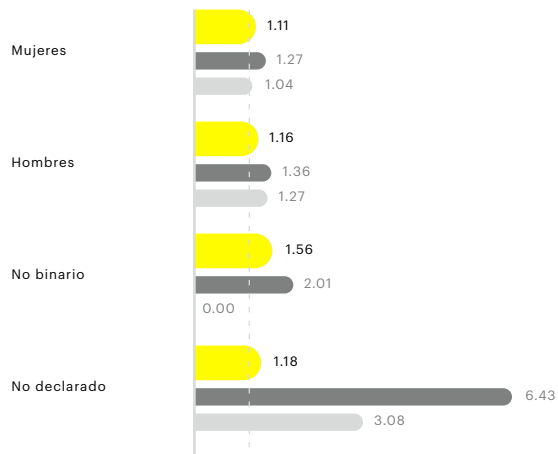
La tasa de abandono promedio de Snap en toda la empresa (tecnológica y no tecnológica) representa 1.00 en el índice anterior (se muestra como la línea de referencia punteada). Los grupos en los que la reducción sea superior a 1.00 tienen un índice de reducción mayor que el promedio.

Índice de reducción promedio

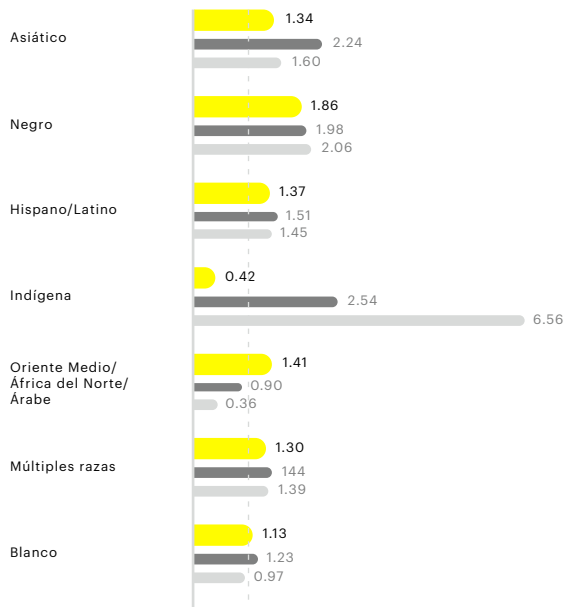
No tecnológico

Clave 2022 2021 2020

Género (global)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)

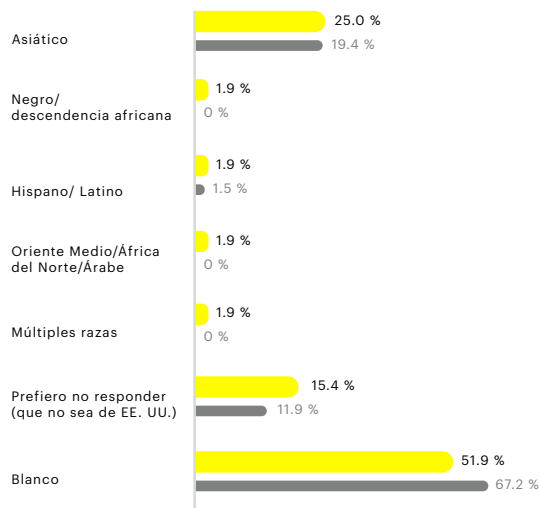


La tasa promedio de abandono en toda la empresa de Snap (tecnología y no tecnología) representa 1,00 en el índice anterior (que se muestra como la línea punteada de referencia). Los grupos en los que la reducción sea superior a 1.00 tienen un índice de reducción mayor que el promedio.

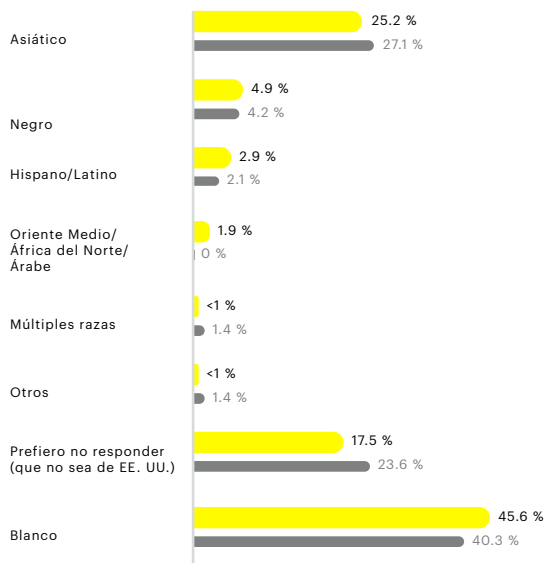
Representación de la fuerza laboral | Autoidentificación

Clave 2022 2021 2020

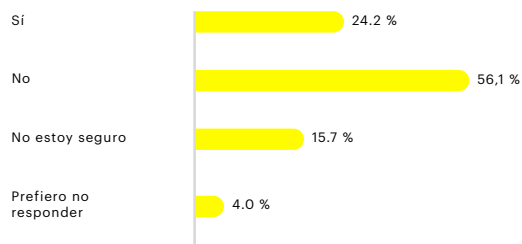
Raza/grupo étnico (Australia)



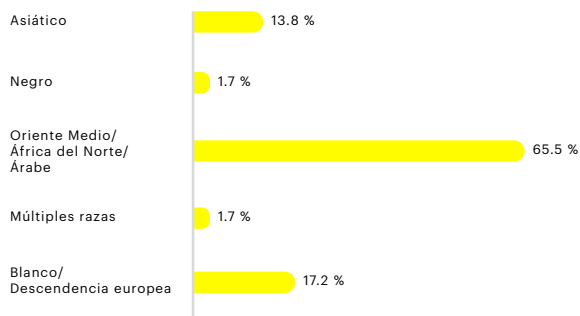
Raza/grupo étnico (Canadá)



Grupo étnico minoritario (Europa*)



Raza/etnia (EAU)



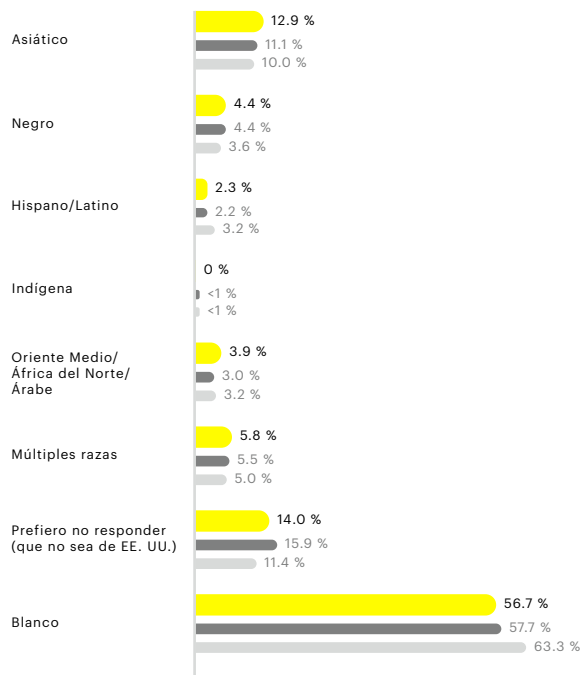
* "Europa" es una combinación de respuestas de autoidentificación de los miembros de nuestro equipo en Francia, Alemania y Países Bajos. Las respuestas de los miembros de nuestro equipo del Reino Unido no se incluyen en la categoría "Europa", sino que se presentan por separado, como en nuestro informe de actividad de 2022.

En las tablas interseccionales de la sección de datos, cuando no se indica un número, no hay representación de ese grupo interseccional (como la representación indígena en Australia y Canadá). Todos los porcentajes se han redondeado a la décima más cercana. Como resultado, en algunos casos, los porcentajes para el género total y/o la raza/grupo étnico total pueden no sumar exactamente el 100 %.

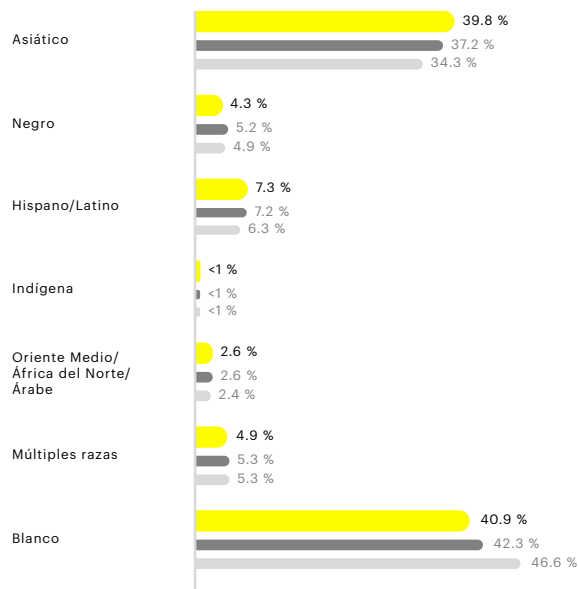
Representación de la fuerza laboral | Autoidentificación

Clave 2022 2021 2020

Raza/grupo étnico (Reino Unido)



Raza/grupo étnico (EE. UU.)



* "Europa" es una combinación de respuestas de autoidentificación de los miembros de nuestro equipo en Francia, Alemania y Países Bajos. Las respuestas de los miembros de nuestro equipo del Reino Unido no se incluyen en la categoría "Europa", sino que se presentan por separado, como en nuestro informe de actividad de 2022.

En las tablas interseccionales de la sección de datos, cuando no se indica un número, no hay representación de ese grupo interseccional (como la representación indígena en Australia y Canadá). Todos los porcentajes se han redondeado a la décima más cercana. Como resultado, en algunos casos, los porcentajes para el género total y/o la raza/grupo étnico total pueden no sumar exactamente el 100 %.

