

Snap Inc.

Informe anual de diversidad 2024



 Viendo el mundo de forma diferente

Contenido

INTRODUCCIÓN

Carta de liderazgo	3
------------------------------------	---

NUESTRO ENFOQUE DE LA DEI: HISTORIAS SOBRE DIVERSIDAD

Inspirar empatía	5
Rediseñar los sistemas	9
Impulsar la responsabilidad	12

DATOS SOBRE DIVERSIDAD

Objetivos de Snap para 2025	16
Datos destacados de 2023	17

Carta de liderazgo: Adoptar una mentalidad de crecimiento

El año pasado reconocimos los extraordinarios vientos en contra a los que se enfrentan la industria tecnológica y el mundo. En 2023, los vientos en contra de la DEI se intensificaron debido a una incertidumbre económica que ha dificultado la creación de capacidad para llevar a cabo este trabajo. Pero a pesar de estos desafíos a corto plazo, la necesidad de priorizar la inclusión sigue siendo convincente. Ya sea que se trate de Snapchatters que demandan productos para satisfacer sus diversas necesidades, o el deseo de llegar a mercados nuevos y diferentes, sabemos que la DEI es fundamental para el crecimiento a largo plazo. Hemos visto cómo la contratación de talento diverso y excelente ayuda a mejorar el rendimiento de nuestro negocio. Por eso, Snap sigue comprometiéndose a continuar el viaje iniciado en nuestro primer DAR¹ de 2020.

Aunque un entorno económico desafiante ha significado que los equipos de todo nuestro negocio, incluido nuestro equipo de DEI, se hayan reducido en tamaño, seguimos pidiendo a todos los equipos que aporten una Lente de DEI a su trabajo. Este es el enfoque descrito en el Informe ACT (Action to Catalyze Tech Report), que invita a toda la industria tecnológica a adoptar un "enfoque empresarial hacia la inclusión y un enfoque más inclusivo hacia los negocios".

Este año, Snap se centra en seguir mejorando la representación de la fuerza laboral, especialmente en materia de liderazgo, y vamos a redoblar esos esfuerzos. Con nuestro trabajo continuo, nuestro objetivo es profundizar nuestro compromiso de cultivar líderes diversos que aporten perspectivas dinámicas, ideas y talento a Snap. En el Informe de Snap 2024, encontrarás historias inspiradoras de cómo los miembros de nuestro equipo priorizaron la DEI a su manera, lo que posicionó a nuestra empresa para el éxito continuo y un futuro más sólido.



Evan Spiegel
Cofundador y Director Ejecutivo (CEO)



Arun Batra
Director general de DEI



Maureen Ufomadu
Gerente Ejecutiva, DEI

¹ La estrategia de DEI de Snap se fundamenta en tres pilares interconectados: inspirar empatía, rediseñar sistemas e impulsar la rendición de cuentas. Puedes leer más sobre nuestro viaje hacia estos tres pilares en nuestros DAR anteriores: 2020, 2021, 2022, 2023.

Historias sobre diversidad

Nuestro enfoque de la DEI

La estrategia de DEI de Snap se basa en tres pilares interconectados que funcionan en conjunto para crear cambios significativos.

Inspira empatía



Las historias crean empatía, lo cual puede inspirar un cambio de comportamiento tanto en Snap como en el sector en general. Es la forma en que podemos crear una cultura compartida de pertenencia para todos.

Inspirar empatía

La empatía desencadena acción: esta sección presenta ejemplos de cómo la empatía puede inspirar nuevas perspectivas y un impacto tangible en el negocio.

Destacados de los ERG

En 2023, nuestros ERG destacaron las experiencias vividas de sus miembros a través de medios de comunicación de formato corto y Snap AR, lo que dió voz a las comunidades históricamente marginadas.

Snap con orgullo

Snapchat es una plataforma que celebra la autenticidad. Por eso, nuestro equipo creó una experiencia de RA para destacar a las diferentes comunidades que comparten el paraguas LGBTQIA. Liderado por SnapPride, este Snap Show educa a los Snapchatters sobre el significado de LGBTQIA y honra

a las personas que forman parte de la comunidad. Se recibió a los Snapchatters en siete espacios separados, denotados por las letras del acrónimo, para explorar cada mundo. Se alcanzó una audiencia de 25 millones de usuarios únicos en 11 países y la Lente se compartió un millón de veces.



8 Mars 8 femmes

En Francia, solo el 10 % de las estatuas en los espacios públicos honran a figuras femeninas. SnapWomen se asoció con el equipo de ventas y el estudio de RA en París para lanzar una activación de RA en el Día Internacional de la Mujer 2023 en 8 ciudades importantes. Bajo el nombre de 8 Mars 8 femmes (del francés, "8 de marzo, 8 mujeres"),

la activación contó con estatuas de RA femeninas junto a las masculinas para destacar a grandes mujeres de la historia a las que nunca se les dio el crédito adecuado por su impacto. Estas estatuas de RA están activadas de forma permanente y honran a Josephine Baker, Olympe de Gouges, Manon Tardon, Hubertine Auclert, Simone Veil, Françoise de Graffigny, Élisabeth Vigée Le Brun, y Simone de Beauvoir. La iniciativa recibió una amplia cobertura mediática en Francia. El equipo de estudio de RA de Snap tuvo el honor de ganar el premio internacional Drum Award de Marketing por su sobresaliente creatividad.



Destacados de los ERG

Ode to Noir

[Este cortometraje](#) de SnapNoir EMEA da a conocer las historias y la cultura de los miembros del equipo de raza negra. Explora las experiencias únicas de los miembros de SnapNoir al revelar la riqueza cultural, lo que han aprendido y cómo ampliar un sentido de pertenencia de los grupos subrepresentados.



Se utilizó durante todo el año para eventos como el Mes de la Historia Negra en el Reino Unido y Afrotech para compartir cómo es ser una persona negra en Snap.

Historias reales, conversaciones reales

Este año exploramos formas de aprovechar la narración de historias, la conversación y el contenido de vídeo de formato corto para compartir las experiencias de personas de diferentes orígenes.

Big IDEA

Big IDEA representa una serie de historias y conversaciones dirigidas a toda la empresa en la que los miembros del equipo comparten historias sinceras, conmovedoras y profundamente personales sobre temas como la raza, la clase y la salud mental con sus compañeros.

Este año, cambiamos el formato de conversaciones de una hora por vídeos cortos pero impactantes.

También ampliamos nuestra Lente para capturar nuevas perspectivas matizadas dentro de nuestra empresa y explorar lo que significa crear espacios donde todos puedan prosperar, tal y como son.



Big IDEA: inglés como segunda lengua y Trans+



Nuestro episodio sobre el inglés como segunda lengua contó con miembros del equipo de Snap que compartieron cómo es trabajar para una empresa internacional cuando el inglés es tu segunda lengua. Transmitieron cómo los hablantes no nativos pueden experimentar prejuicios que afectan su seguridad y autoestima. Pero también compartieron cómo puede ser un superpoder que les brinda una gran creatividad, una comprensión más profunda de los clientes y el mundo para el que construimos productos, y una mayor empatía por los miembros del equipo.

Nuestro episodio sobre Big IDEA Trans+ contó con miembros del equipo de Snap, que compartieron sus experiencias como parte de la comunidad Trans+ y cómo los aliados pueden ayudar a crear espacios seguros.

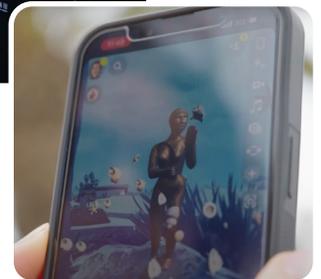


Creamos este video de [Historias reales, conversaciones reales](#) de 4 minutos para destacar las experiencias reales vividas por miembros del equipo de Snap de grupos subrepresentados.

Realidad aumentada: la importancia de Snap AR desde la perspectiva de los grupos subrepresentados



LACMA x Snapchat: Monumental Perspectives Colección III



Por tercer año, nos hemos asociado con el Museo de Arte del Condado de Los Ángeles en LACMA x Snapchat: Monumental Perspectives, que reúne a artistas y tecnólogos para utilizar la RA para crear monumentos virtuales que exploran la historia de las comunidades de Los Ángeles. Nuestro objetivo es interactuar con cada comunidad representada en la iniciativa, hacerles partícipes del proyecto y apoyar objetivos comunitarios más amplios.

El proyecto estará disponible en varios lugares de Los Ángeles y también será accesible a nivel mundial mediante la búsqueda en el explorador de lentes y el [Sitio web de LACMA](#). El 10 de septiembre organizamos un día gratuito en el LACMA con un espejo de RA de Giant World y charlas con los creadores, talleres, bailes y mucho más, que acogerá a más de 8000 asistentes.

Rediseñar los sistemas

Debemos mirar qué hay detrás de nuestros sistemas e identificar patrones de comportamiento que, con el tiempo, contribuyan a la inequidad estructural.

Entonces podremos diseñar intervenciones para el mayor impacto.

Rediseñar los sistemas

Para incorporar completamente la DEI en todo nuestro ecosistema, debemos rediseñar los sistemas que sustentan todo nuestro trabajo, desde el talento hasta el producto. En esta sección, veremos a un equipo explorando tendencias en RA, un equipo que ha rediseñado con éxito la forma en que contratamos y un esfuerzo interfuncional que muestra cómo la integración de la equidad en los sistemas puede beneficiar al negocio.

Plan avanzado de contratación inclusiva



En el primer trimestre de 2023, Snap lanzó nuestro "Plan avanzado de contratación inclusiva" (AIHP). El programa rediseñó nuestro proceso de contratación para ser más inclusivo y garantizar que el talento que entrevistamos esté más repartido entre las diferentes comunidades. El programa tiene como objetivo crear un grupo diverso de candidatos cuando se abre un nuevo puesto y garantizar que haya candidatos subrepresentados en cada etapa del proceso de entrevista. Nuestros equipos de liderazgo de IDEA y de reclutamiento comparten los avances en el plan de contratación inclusiva (IHP) en revisiones trimestrales para mantener

la responsabilidad. Se ha producido un aumento notable en la representación diversa de candidatos presentados a los directores de contratación. Hemos observado que, al aumentar la representación diversa de candidatos presentados a los responsables de contratación, podemos mejorar la posibilidad de contratar a candidatos que se identifiquen como parte de un grupo subrepresentado.

Investigación sobre la interacción de los grupos subrepresentados con la realidad aumentada

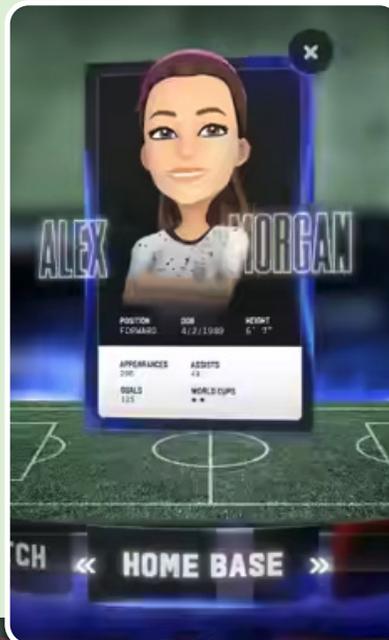
El equipo de investigación y análisis de Snap encargó un estudio a Omicron Media Group para recopilar información sobre las implicaciones a largo plazo de la realidad aumentada (RA). Uno de los hallazgos del estudio mostró que los grupos subrepresentados están entusiasmados con la RA. Sin embargo, tienen menos probabilidades que los grupos mayoritarios de verse representados a sí mismos y a sus comunidades en las experiencias de RA. Existe una oportunidad de negocio importante para garantizar que tengamos experiencias de RA que representen de forma más fiel los valores, la ética, la cultura y la semejanza de nuestra comunidad.



Realidad aumentada en la Copa Mundial Femenina

Para la Copa Mundial Femenina de la FIFA 2023, Snap lanzó activaciones de RA que incluían una variedad de Lentes, desafíos de Spotlight, activaciones de mapas, equipo de Bitmoji de la Copa Mundial y apariciones de jugadoras.

Los 10 programas emitidos en los EE. UU. recibieron casi 20 millones de espectadores únicos. Las activaciones de realidad aumentada relacionadas tuvieron un alcance único de 16 millones con 45 millones de impresiones totales, y el contenido de Spotlight tuvo 125 millones de visitas.



Esta iniciativa interfuncional es una demostración ideal de cómo la DEI puede ayudar a aumentar los ingresos, impulsar la participación y avanzar en la RA.

Impulsar la responsabilidad



La responsabilidad es un prerrequisito para mejorar los resultados de la DEI. Como cualquier otra prioridad empresarial, la DEI necesita objetivos bien definidos, sistemas de gobernanza, plazos y datos para seguir los resultados obtenidos.

Impulsar la responsabilidad

Nuestro compromiso de garantizar que nuestra estrategia de DEI sea nuestra estrategia de negocio. A continuación, se presentan ejemplos de esfuerzos prácticos para cumplir con nuestras responsabilidades.

Iniciativa del programa de diversidad de proveedores



El equipo de abastecimiento estratégico, en colaboración con el equipo de IDEA, completó un proyecto piloto para aumentar el gasto en diversos proveedores en diferentes equipos de Snap.

El objetivo era probar estrategias adaptadas a los equipos individuales en lugar de ofrecer soluciones generales. El piloto inicial se centró en la organización de realidad aumentada y recopiló información sobre la selección de proveedores, los tipos de servicios y los diversos proveedores potenciales, y finalmente identificó estrategias para este equipo específico. También evaluaron e incorporaron un nuevo software llamado TealBook para ayudar a los miembros del equipo de Snap a encontrar nuevos proveedores diversos.

Resumen de la Cumbre de Innovación DEI de 2023

En octubre de 2023, Snap celebró su [Cumbre de Innovación DEI](#) anual de forma virtual y presencial para inspirar a los líderes tecnológicos a construir una industria más equitativa. El contenido se centró en las recomendaciones intersectoriales del Informe ACT para transformar los resultados de la DEI y generó un sentimiento en línea extremadamente positivo que se tradujo en una tasa de satisfacción del 98 %. Veinte ponentes representaron a empresas como Snap, Intel, LinkedIn, Zillow, Asana, la Fundación Bill y Melinda Gates, Diversity Lab, Aspen Institute y muchas más, que compartieron las mejores prácticas de la DEI. Los oradores también incluyeron un debate animado y estimulante con la actriz Sabrina Wu y el actor Ismael Cruz Córdova.



Responsabilidad del sector tecnológico para la DEI

En 2023, Snap trabajó con su socio Aspen Digital para concluir su trabajo de creación de la Coalición para la Responsabilidad Tecnológica. El propósito de la Coalición es mejorar los estándares, la responsabilidad y la innovación en torno a la DEI en el ámbito tecnológico.

En 2024, la Coalición publicará los primeros datos de más de 40 empresas de la industria, lo que proporcionará una mayor información sobre lo que funciona y cómo la industria puede aportar una mayor innovación colectiva para resolver los desafíos de la DEI que todos enfrentamos.



Datos sobre diversidad

Los datos son un componente esencial de nuestra estrategia de DEI, ya que nos ayuda a ver dónde estamos y hacia dónde queremos ir.

Objetivos de Snap para 2025

Seguimos comprometidos con nuestros objetivos establecidos para 2025.

Objetivo 1

Aumentar el número de grupos raciales y étnicos subrepresentados² de los EE. UU. en un 20 %

Objetivo 2

Aumentar el número de mujeres en puestos tecnológicos en un 25 %

Objetivo 3a

Aumentar la cantidad de mujeres y grupos raciales y étnicos de los EE. UU. en un 30 % en liderazgo.
(Mujeres en el liderazgo)

Objetivo 3b

Aumentar la cantidad de mujeres y grupos raciales y étnicos de los EE. UU. en un 30 % en liderazgo.
(Grupos raciales y étnicos subrepresentados de los EE. UU. en liderazgo)

Objetivo 3c

Aumentar la cantidad de mujeres y grupos raciales y étnicos de los EE. UU. en un 30 % en liderazgo
(Personas asiáticas en liderazgo (EE. UU.))

Dado que utilizamos una combinación de dos fuentes de datos, los datos sobre los que informamos en el DAR no coinciden directamente con nuestro conjunto de datos regulatorios.

Por ejemplo, la encuesta de autoidentificación DEI de Snap permite a los miembros del equipo identificarse como no binarios, de Oriente Medio o indígenas, mientras que los datos regulatorios no lo permiten. 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, cuando se establecen y hacen un seguimiento de los objetivos de representación, Snap utiliza el conjunto de Datos regulatorios. Este conjunto de datos es congruente con la forma en que las agencias reguladoras de los 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.

² Los grupos subrepresentados en Snap incluyen las razas negras, hispanas/latinas, multiraciales, nativas de Hawái/islas del Pacífico y nativas americanas/de Alaska. Si bien las personas asiáticas no están subrepresentadas en la población general de Snap, están subrepresentadas en puestos de liderazgo.

Datos destacados de 2023

Los datos son más que solo números. En su conjunto, cuentan una historia sobre nuestro viaje hacia la DEI.

Representación

- La representación de los URG en los EE. UU. aumentó este año (+0,6 puntos porcentuales, hasta el 16,8 %), aunque seguimos ligeramente por debajo de nuestra representación de 2021 (17,4 %).
- La representación de las mujeres en Snap a nivel mundial sigue aumentando cada año, situándose ahora en el 36,3 % (+0,7 puntos porcentuales).
- El 23 % de nuestras contrataciones en los EE. UU. fueron URG (+0,8 puntos porcentuales). Este aumento se debió a la contratación de hombres de URG (+2,2 puntos porcentuales, hasta el 14,9 %), mientras que en 2023 las contrataciones fueron menos mujeres de URG (-1,1 puntos porcentuales, hasta el 7,9 %).

Liderazgo

- El 33,7 % de los líderes mundiales de Snap son mujeres, nuestra mayor representación y el crecimiento interanual más fuerte (+4,6 puntos porcentuales) desde 2020. Ahora estamos cerca de nuestro objetivo del 34,5 %.
- El 12,5 % de los líderes en los EE. UU. son URG (-1,3 puntos porcentuales), similar a los valores de 2021. Alrededor de un tercio de los líderes de URG son mujeres.
- El 7,7 % de nuestras contrataciones en liderazgo en los EE. UU. este año fueron de URG (-9,6 puntos porcentuales). El 40,5 % de nuestras contrataciones en liderazgo a nivel mundial fueron mujeres, nuestro mejor año y la mayor mejora interanual (+9,9 puntos porcentuales) desde 2020.

Puestos técnicos

- Hemos aumentado algo la representación de las mujeres en el sector tecnológico este año (+0,5 puntos porcentuales, hasta el 21,7 %), pero seguimos por debajo de nuestro objetivo del 25 %.
- Hemos observado un pequeño crecimiento en la representación de miembros del equipo de raza negra (+0,4 puntos porcentuales, hasta el 2,8 %) e hispana/latina (+0,2 puntos porcentuales, hasta el 5,2 %) en el ámbito tecnológico. La representación de los miembros del equipo multirracial se ha reducido (-0,5 puntos porcentuales, hasta el 3,2 %) y no ha habido cambios en otros URG.
- El 20,3 % de nuestras contrataciones en el sector tecnológico a nivel mundial fueron mujeres (-2,3 puntos porcentuales) y el 17,1 % de nuestras contrataciones en el sector tecnológico en los EE. UU. este año fueron URG (+1,5 puntos porcentuales).

