

**SOMOS UN HUB
DE SOLUCIONES
CON PERSPECTIVA
DE DIVERSIDAD Y
SALUD MENTAL**





ORGANIZACIONES MÁS DIVERSAS E INCLUSIVAS

En Panóptico de Género ofrecemos un nuevo enfoque desde la antropología para re-pensar a las organizaciones centrado en las personas.

Transversalizamos la perspectiva de género y diversidad en distintos proyectos, y desde la antropología del diseño transformamos la cultura para crear entornos inclusivos, diversos y de comunicación responsable, fomentando la Salud Mental en todos los ámbitos.

CO-CREAMOS EL CAMBIO CULTURAL

Cada Organización tiene su propia cultura, por eso no creemos en las recetas universales. Personalizamos los servicios a medida de cada empresa, ofreciendo: diagnósticos etnográficos de la cultura organizacional; elaboración de planes estratégicos con perspectiva de diversidad y salud mental; capacitaciones, talleres de formación a líderes, activaciones y eventos; y generación de contenido y comunicaciones que transformen la vida de las personas y cuestionen el status quo.



SERVICIOS

DIAGNÓSTICOS
Y ETNOGRAFÍAS



PLANES DE
I&D Y SALUD MENTAL



PLANIFICACIÓN
ESTRATÉGICA



CONSULTORÍA



COMUNICACIÓN
INTEGRAL



TALLERES Y
CAPACITACIONES



ACTIVACIONES
Y EVENTOS



CONTENIDOS
CREATIVOS



**ALGUNAS
EXPERIENCIAS**

TALLER DE AFICHES POR EL #8M

Argentina | marzo 2024

La semana del 8 de marzo, día de la mujer trabajadora, desarrollamos una serie de talleres y charlas online y virtuales, para los y las colaboradoras de Banco Galicia. Iniciamos esa semana con una clínica de afiches por el #8M, que comenzó con una charla en donde se hizo un recorrido por la historia de ese día, las reivindicaciones actuales, y datos sobre las desigualdades que aún hoy persisten y dificultan el acceso y crecimiento de las mujeres en el ámbito laboral. Luego, se realizó una clínica para que cada participante pudiera plasmar su mensaje y diseñar su propio afiche por el #8M.



MICROTEATRO EN OFICINA Y LOCALES ADIDAS

Argentina | noviembre 2023

Durante noviembre, mes del orgullo en Argentina, desarrollamos una serie de obras de micro teatro en las oficinas y locales de Adidas, con el objetivo de abrir el diálogo sobre las formas de micro-violencia y discriminación que viven las personas No-binarias en el ámbito laboral. A través de esta micro-obra llamada “Un alien en la oficina”, cada participante pudo reflexionar y luego compartir con el resto qué le generaba la obra, ampliando la mirada y colaborando en generar entornos más diversos e inclusivos.



INVESTIGACIÓN ETNOGRÁFICA DE LA CULTURA DE ALLKEM

Argentina, Australia y Canadá | 2022-Actualidad

Realizamos una Investigación cuali-cuantitativa acerca de la cultura en Allkem. A través de entrevistas en profundidad en cada sitio, análisis de datos cuali y cuantitativos con perspectiva antropológica, dinámicas de grupo, e inmersión etnográfica de 15 días en los campamentos a 4.000mts de altura con las comunidades originarias; logramos confeccionar un mapa que permite conocer el estado actual de la cultura en materia de Inclusión, Diversidad y DDHH. Al mismo tiempo, y desde una antropología del diseño respetuosa con las culturas originarias, propusimos distintas recomendaciones y acciones para garantizar el cumplimiento de los ODS 2030, pudiendo diseñar un plan de acción a mediano plazo, y una consultoría mensual con el objetivo de trabajar la cultura, y mejorar los indicadores de I&D.



CONSULTORÍA EN PERSPECTIVA DE GÉNERO GM - CHEVROLET

Argentina | enero 2022- Actualidad

Hicimos un estudio antropológico para la marca acerca de la cultura del manejo en Argentina. Partiendo del dato que sólo 2 de cada 10 conductores son mujeres nos propusimos posicionar a la marca Chevrolet como referente de la perspectiva de género en la industria automotriz a nivel nacional, y liderar la conversación acerca de las barreras que enfrentan las mujeres a la hora de movilizarse en el espacio público. Para eso nos contrataron como asesores para transversalizar la estrategia y las acciones con las distintas agencias, desde una perspectiva de género y diversidad.

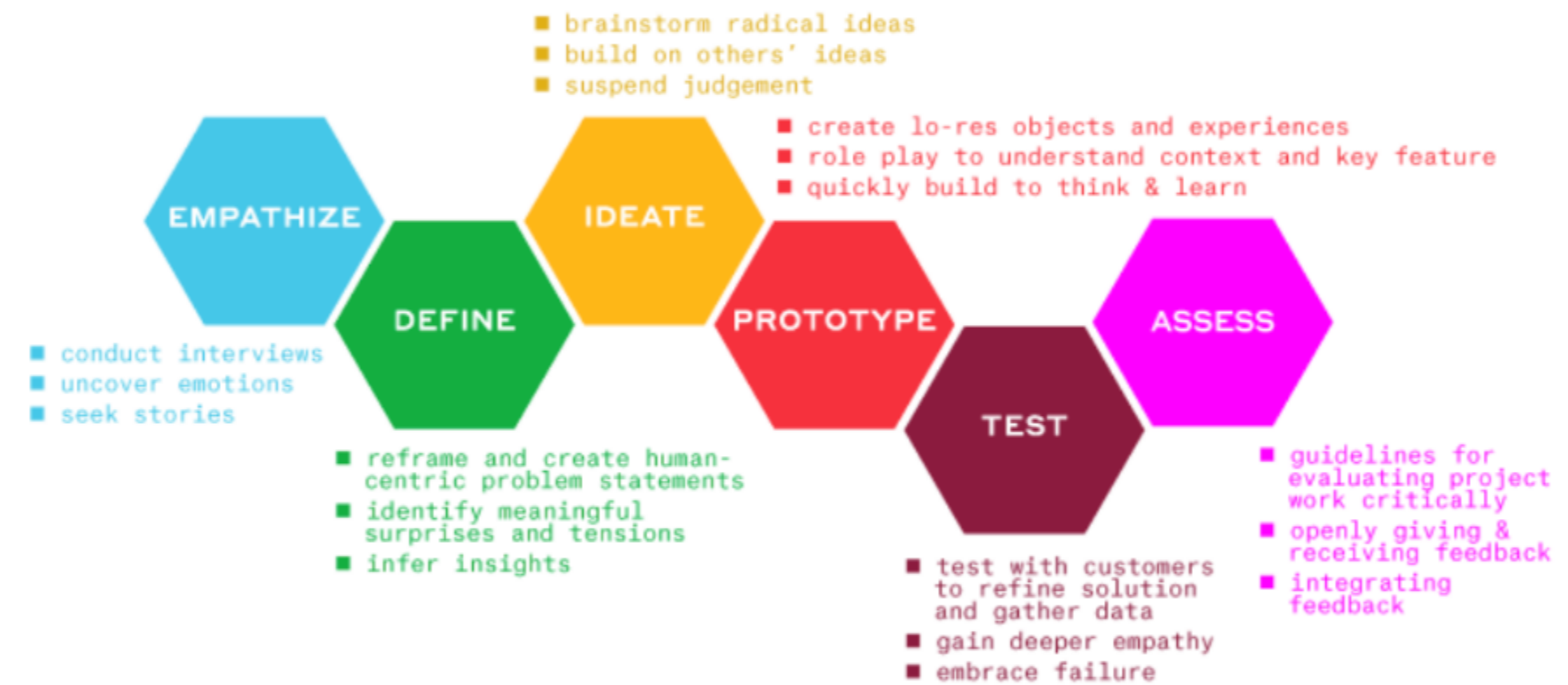


CONSULTORÍA PROYECTO SALUD DE LA MUJER PARA ROCHE

Argentina | 2021- Actualidad

Roche busca desarrollar una iniciativa de salud de la mujer. Para ello propusimos distintas etapas para definir el problema correcto a resolver, idear múltiples iniciativas, asociarnos con *partners* & colaboradores para desarrollarla y luego darla a conocer.

Comenzamos con una primera etapa en donde desarrollamos una investigación a fin de definir el campo y confeccionar un documento de *pre-work*; y luego desarrollamos una sesión de co-creación para descubrir las distintas problemáticas, y seleccionar un eje de acción.



PLAN ANUAL DE DIVERSIDAD ACCENTURE

Argentina | 2018-2023

Realizamos un diagnóstico, armamos un comité de diversidad y desarrollamos un plan estratégico para acelerar un cambio cultural hacia la inclusión y la diversidad. Trabajamos con el comité durante dos años, capacitando internamente a líderes y colaboradorxs, revisando procesos internos, elaborando políticas y protocolos, organizando eventos, campañas y activaciones para profundizar acerca de diversidad de género, discapacidad, LGBTIQ+ y diversidad cultural.



CONSULTORÍA EN COMUNICACIÓN INCLUSIVA AVON

México, Colombia, Perú, Chile y Argentina | agosto 2021- marzo 2022

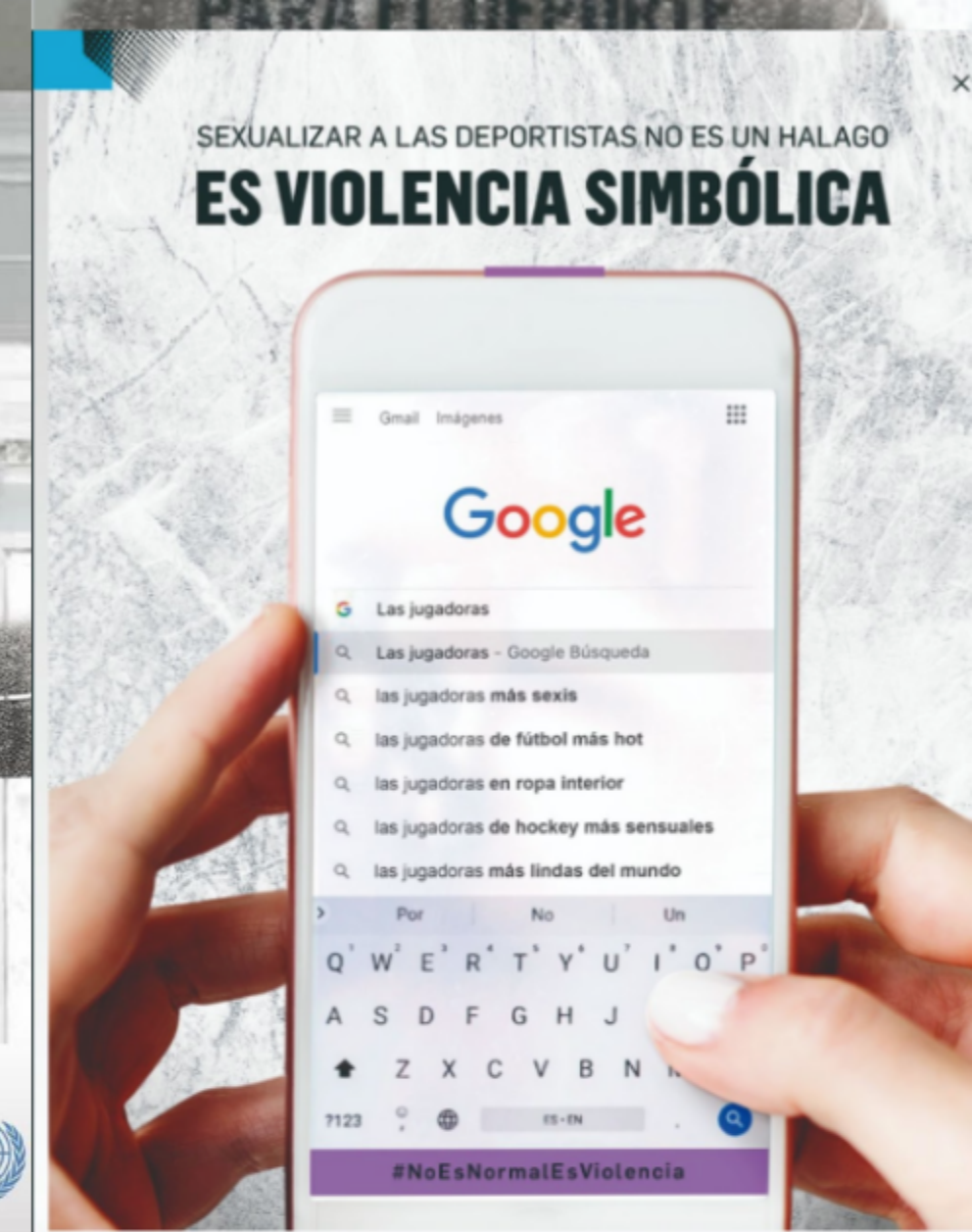
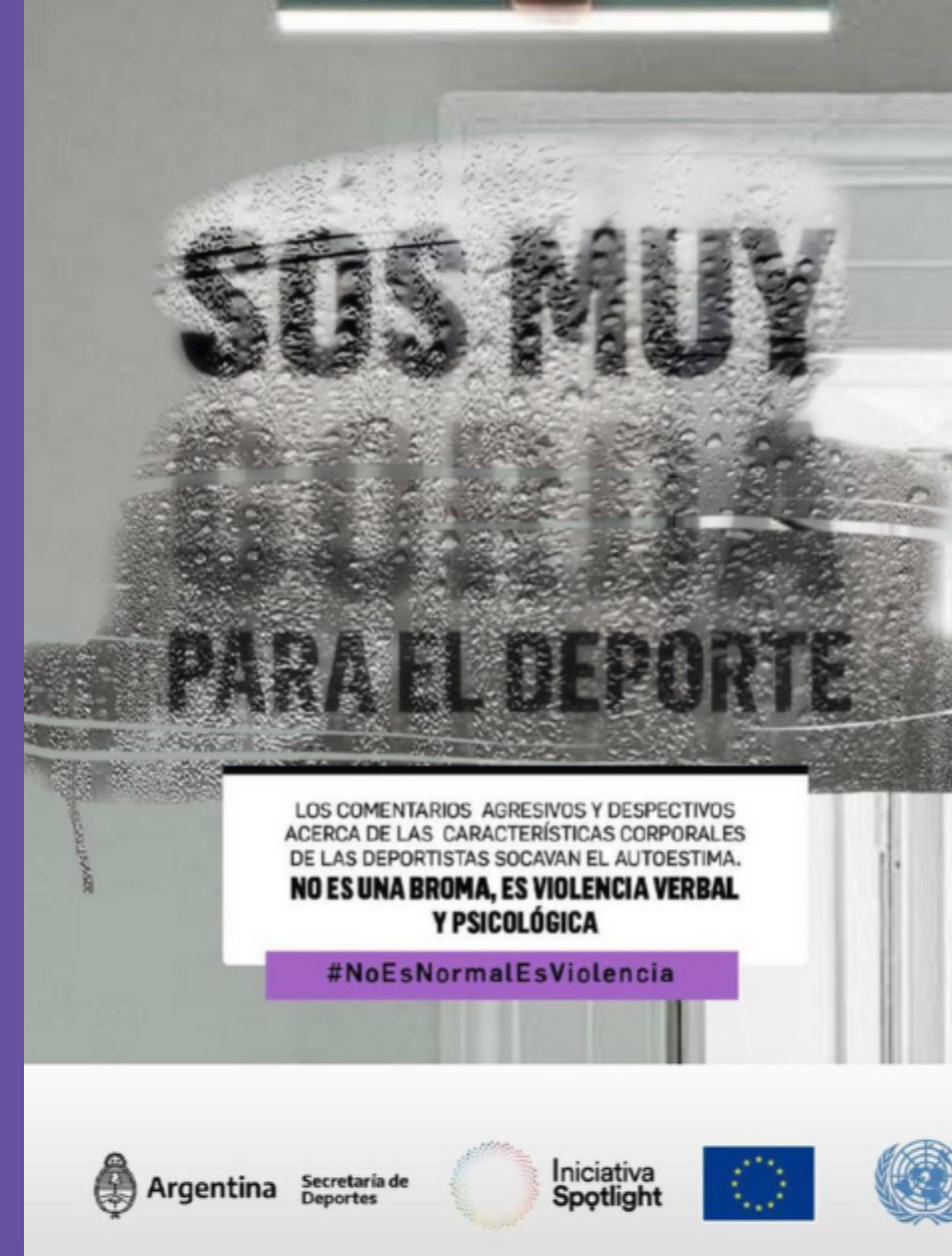
Hicimos una investigación durante 6 meses acerca de todas las comunicaciones de la marca, tanto internas como externas, y de los tres públicos objetivo (consumidorxs, representantxs y colaboradorxs) de cada una de las regiones de América Latina; y a partir de eso desarrollamos un plan estratégico para capacitar y co- construir formas de comunicación escrita, verbal y visual inclusivas, que se inscriban en la cultura corporativa de la marca.



CAMPAÑA ONU MUJERES Y DEPORTES NACIÓN #NOESNORMALESVIOLENCIA

Argentina | 2021

En el marco de los 16 días de activismo por la No violencia contra la mujer, fuimos seleccionados por la Iniciativa Spotlight y ONU Mujeres para crear y desarrollar una campaña de prevención de las diversas formas de violencia de género en el ámbito del deporte. Para ello realizamos una encuesta en +30 clubes de todo el país, y 15 entrevistas en profundidad a deportistas federadas, que nos permitieron obtener *insights* concretos sobre el estado de la situación a nivel nacional. Lanzamos la campaña con spot radiales, contenido en redes sociales, señalética para los distintos espacios de los clubes y una bandera desplegable para los partidos. RECONOCIMIENTO: Plata en los Premios Obrar del Consejo Publicitario Argentino.



CONFIAN EN NUESTRO TRABAJO



General Motors



Argentina

Secretaría de Deportes



Buenos Aires Ciudad





PANÓPTICO
DE GÉNERO

info@panopticodegenero.com

www.panopticodegenero.com