

¿ES EL MICE UNA INDUSTRIA INCLUSIVA?

Diversidad, equidad e inclusión son más que palabras de moda. Reflejan necesidades también en el sector MICE. La organización de operaciones más variadas y con distintos perfiles requiere un mayor esfuerzo, pero es esencial para respetar los compromisos de responsabilidad y captar a las nuevas generaciones.

Por **Cristina Cunchillos**

Alistair Turner, consultor y creador del informe Trends Watch Report 2022 presentado en la pasada edición de IBTM World, destacó la diversidad, equidad e inclusión en los eventos como una de las “mega-tendencias” globales que dominarían el año. Sin duda es un tema que cada vez acapara más la atención en los foros del sector, y un área en la que se ha avanzado mucho en los últimos años. Pero queda todavía mucho camino por recorrer.

Diversidad, equidad e inclusión (DEI) son conceptos interrelacionados que a veces se confunden. La diversidad consiste en representar fielmente a todos los grupos o identidades de diferente edad, género, raza, orientación sexual, capacidad, religión, nivel socioeconómico o ideología que componen la sociedad (independientemente de que ésta sea considerada a nivel local, nacional o internacional).

En segundo lugar, se trata de que todos los grupos o individuos gocen de igualdad de oportunidades. Más que ofrecer a todos lo mismo, para que haya equidad es necesario facilitar determinados recursos y eliminar las barreras que pueden impedir el éxito de algunos.

Por último, la inclusión es tal vez lo más difícil de conseguir: la creación de una atmósfera en la que todos se sienten bienvenidos, respetados y valorados.

Una sociedad más diversa

Conforme la sociedad ha evolucionado, se han reconocido, y subsanado, graves errores del pasado como la legalidad de la esclavitud, la segregación o la persecución racial. También se han desarrollado diferentes movimientos cívicos que abogan por la igualdad y el fin de la discriminación de determinados

colectivos. Aunque lejos de ser perfecta, y con diferencias notables según el lugar del mundo, la sociedad actual es cada vez más diversa y más igualitaria. O al menos está más concienciada al respecto.

Siguen existiendo casos de abusos y discriminación, pero las nuevas generaciones parecen menos dispuestas a tolerarlos. Al contrario, no dudan en denunciarlos y, ayudados de la tecnología y las redes sociales, impulsan el debate global y una mayor concienciación. Quedó en evidencia gracias a movimientos recientes como Black Lives Matter en denuncia de la supremacía blanca, o MeToo (#Yo-También) contra casos de abuso e intimidación sexual de mujeres, sobre todo en el lugar de trabajo.

Los *millennials* y *centennials* (o Generación Z), que constituirán el 75% de la población activa en 2030, exigen mayor igualdad e inclusión en el entorno laboral. Según un estudio de la empresa de recursos humanos Randstad en 34 países, este se ha convertido en uno de los factores más relevantes para el 49% de los jóvenes de entre 18 y 24 años que busca empleo, así como para el 38% de los *millennials* de edad 24 y 35 años. Es también una consideración más importante para las mujeres (41%) que para los hombres (31%).

Lejos de ser una imposición costosa, la diversidad e igualdad de oportunidades en el ámbito laboral se percibe cada vez más como una fortaleza de las empresas, que además contribuye a mejorar su imagen, atraer clientes y talento, y cumplir con sus objetivos de responsabilidad social corporativa.

Muchas organizaciones cuentan ya con su propio gerente de diversidad, equidad e inclusión, responsable de crear las mejores condiciones posibles para que todo el mundo pueda

El ISO 30415 de Gestión de Recursos Humanos, Diversidad e Inclusión reconoce el compromiso por parte de las empresas, mientras LinkedIn confirma que el número de gestores de DEI se duplicó entre 2015 y 2020



aprovechar al máximo sus cualidades en el entorno laboral, sin ninguna discriminación.

Según un análisis de LinkedIn, el número de gestores de DEI a nivel global se duplicó entre los años 2015 y 2020, lo que demostraría la mayor importancia otorgada a este cargo dentro de las empresas. Incluso se ha creado un nuevo estándar internacional para reconocer a las empresas que demuestran su compromiso con la diversidad e inclusión en el trabajo: el ISO 30415 de Gestión de Recursos Humanos, Diversidad e Inclusión.

Pero no se trata solo de fomentar la igualdad e inclusión en el puesto de trabajo. Las nuevas generaciones buscan estos valores en todo, desde las marcas que consumen – según un estudio de la compañía de marketing Wasserman, el 70% de los *millennials* se inclina por marcas que han demostrado que son inclusivas – a los eventos en los que participan.

DEI en el sector MICE

El sector turístico, incluyendo el segmento MICE, aspira a ser más diverso, equitativo e inclusivo. Muchas empresas cuentan ya con una política de igualdad aplicada a nivel interno. Grupo Iberostar, por ejemplo, incluyendo su filial de viajes W2M, ha desarrollado un Plan de Igualdad que busca, entre otros aspectos, fomentar una cultura de sensibilización y estudiar medidas que favorezcan la disminución de la brecha salarial entre hombres y mujeres. En 2021, el 41% de la plantilla del grupo correspondía a mujeres, según se recoge en su Memoria de Sostenibilidad.

El Grupo Viajes El Corte Inglés, por su parte, presentó recientemente un nuevo plan de igualdad vigente hasta 2026. Tiene como objetivo principal garantizar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el acceso al empleo, formación y promoción profesional, además de evitar cualquier tipo de discriminación laboral o acoso sexual dentro de la empresa. Además de acuerdos para mejorar la conciliación entre la vida personal y laboral, la salud laboral y las condiciones de trabajo y retribución, el plan recoge medidas específicas para ayudar a las víctimas de violencia de género.

También se trata de hacer que los eventos, convenciones, ferias, incluso los viajes de incentivo y programas de *teambuilding*, sean asimismo más diversos, equitativos e inclusivos. En los últimos años ha aumentado la concienciación y el debate sobre este tema. Ya en 2019, el informe *State of inclusion in*

presupuesto (20%) y de apoyo por parte de la directiva de la empresa (14%).

La pandemia no hizo sino poner la diversidad de los eventos aún más en el punto de mira. La necesidad de trasladar todo tipo de encuentros al entorno virtual tuvo como resultado la realización de operaciones más diversas al reunir no solo a participantes de diferentes ubicaciones, también a aquellos que, por logística, carácter introvertido o imposiciones culturales, habitualmente no asistirían a encuentros cara a cara.

El reto para el sector en estos momentos de reactivación pospandemia es trasladar esa igualdad de oportunidades que ofrecen las plataformas virtuales al entorno presencial, y seguir avanzando para conseguir ser una industria verdaderamente diversa e inclusiva.



meetings & events publicado por MPI (Meeting Professionals International) reconocía que se hacía mucho más énfasis en la diversidad e inclusión dentro del sector que una década antes.

El estudio recogía las opiniones de más de 1000 profesionales de la industria MICE de todo el mundo. El 40% de los encuestados reconoció que no disponía del conocimiento o información suficientes para planificar experiencias inclusivas. Los profesionales consideraban un gran reto organizar eventos verdaderamente inclusivos, empezando por la dificultad de diseñar un formulario de registro que sea a la vez conciso y lo suficientemente completo para recoger las necesidades de diferentes colectivos.

Otras barreras citadas para la organización de eventos diversos citadas en el informe incluían la falta de tiempo (13%), de

Iniciativas del sector

No solo ha aumentado la concienciación y el debate sobre la diversidad, equidad e inclusión en los eventos. También existen ya diferentes iniciativas en el sector para su fomento:

- Además de la publicación de su informe, MPI lanzó un programa de formación para la obtención de certificados en Diseño de Eventos Inclusivos, que cubre principios clave, estrategias y tácticas.
- La alianza de asociaciones del sector Events Industry Alliance –Asociación de Organizadores de Eventos, Asociación de Venues para Eventos y Asociación de Servicios y Proveedores para Eventos– ha creado un *hub online* de Diversidad e Inclusión. El portal ofrece diferentes recursos para educar a los profesionales del sector, incluyendo artículos, *podcasts* y *blogs*.



• En septiembre de 2021, el Events Industry Council lanzó la primera fase de su Plan de Aceleración de la Equidad. Consiste en la realización de una encuesta global de empresas del sector de los eventos para establecer el estado actual de DEI, con el fin de extraer conclusiones y ofrecer recomendaciones para mejoras en el futuro.

• En México, el Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR) se alió con el capítulo mexicano de MPI para lanzar el programa Undiversity (unión y diversidad en inglés). Se trata de un distintivo que promueve el respeto a las personas sin distinción por su origen étnico, nacionalidad, género, orientación sexual, condición social, religión o capacidades. Las empresas interesadas se someten a un proceso de evaluación previo y participan de un programa de foros, talleres y otras actividades para obtener el distintivo.

• En 2021, en el Reino Unido se creó DICE (Diversidad e Inclusión en Conferencias y Eventos) para ayudar a los organizadores. La organización ha creado un documento con diez puntos básicos a tener en cuenta para hacer los eventos más diversos e inclusivos. Abarca desde la diversidad de los ponentes y paneles a la temática y las acciones de *marketing*, así como la accesibilidad. Los organizadores pueden evaluar la diversidad e inclusión de su operación y obtener el sello de aprobación y recomendación de DICE.

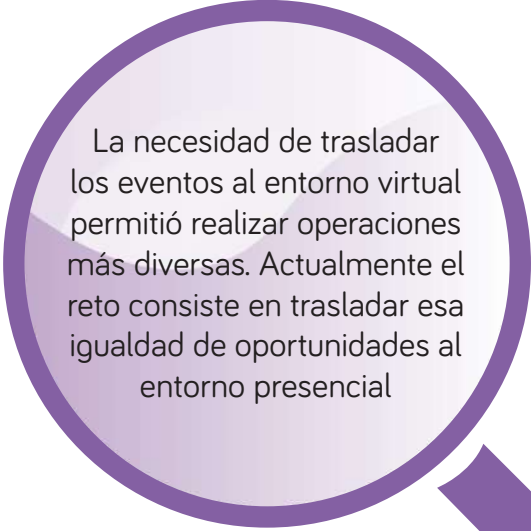
Eventos accesibles

Según el Banco Mundial, un 15% de la población global tiene algún tipo de discapacidad. En España se estima que ese grupo representa más del 4% de la población. Por eso, la toma de decisiones correctas para que las personas con cualquier tipo de discapacidad tengan las mismas oportunidades de asistir y

disfrutar de un evento es un aspecto en el que se ha avanzado y donde existe una mayor concienciación tanto entre los organizadores como entre los proveedores y sedes.

AEVEA (Agencias de Eventos Españolas Asociadas) presentó una infografía sobre protocolo y accesibilidad en eventos con información práctica para los organizadores. También los destinos ofrecen asesoramiento. El Convention Bureau de la ciudad de Valencia (España) publicó recientemente una guía de eventos accesibles con diferentes recomendaciones a seguir en todas las fases y elementos de la organización de eventos.

No basta con colocar rampas para facilitar el acceso con silla de ruedas. Hay muchos tipos de discapacidades, y no todas





son tan obvias. Además de problemas de movilidad, hay asistentes con dificultades visuales o auditivas u otros con discapacidades de tipo cognitivo o intelectual.

Premisas para eventos más accesibles

Algunos consejos aceptados en la industria en favor de la accesibilidad apuntan a introducir subtítulos en los vídeos y, si es posible, añadir la opción de audio-descripción para personas con discapacidad visual. También a priorizar salas equipadas con bucle magnético para ayudar a las personas que llevan audífono eliminando los ruidos externos, y disponer de un intérprete de lengua de signos.

Diseñar la señalética y materiales destinados a la información en tonos mates para evitar reflejos, con un tipo y tamaño de letra fácil de leer y contrastes cromáticos, también favorece la accesibilidad. El uso de pictogramas puede ayudar a las personas autistas.

Es ineludible eliminar obstáculos, colocando rampas para cubrir desniveles y alfombras antideslizantes, evitando elementos voladizos a baja altura o mobiliario que pueda obstruir el paso. También es necesario asegurarse de que el personal recibe la formación adecuada para atender cualquier necesidad.

Para poder aplicar estos consejos es imperativo hacer una visita y análisis previo del lugar donde se va a realizar el evento, incluyendo a miembros de los diferentes equipos involucra-

dos, desde *marketing* al personal de seguridad, para pensar en todas las posibles necesidades.

En el registro, además de las preferencias dietéticas, se debe incluir la posibilidad de precisar cualquier otro tipo de necesidad específica. Aunque ninguno de los asistentes registrados haya indicado una discapacidad, conviene estar preparado para cubrir cualquier imprevisto, como por ejemplo posibles accidentea que provoquen que uno de los ponentes deba circular con muletas. Una buena planificación es la clave para evitar que nadie se sienta excluido.

Una buena planificación es la clave para evitar que nadie se sienta excluido, y para ello es necesario hacer una visita y análisis previo del lugar donde tendrá lugar el evento

Incentivos y programas de *teambuilding*

No solo se trata de hacer los congresos, eventos, reuniones, convenciones o ferias más accesibles. También los programas de incentivo y actividades de *teambuilding*. La asociación española Play and Train, una entidad social sin fines de lucro, utiliza el deporte como herramienta de inclusión social y ofrece formación y asesoramiento a empresas y agencias para hacer sus programas más inclusivos a través de su servicio Mundo Play. Ofrecen actividades de *teambuilding* inclusivas, como una clase de surf adaptado en la que pueden participar personas con o sin discapacidad.

Además de considerar a los invitados, se trata de involucrar a personas con discapacidad en la realización de los eventos, abarcando desde los ponentes o panelistas al personal de apoyo. La agencia española IntegrAZAFAT@s promueve la inclusión laboral de personas con síndrome de Down y dis-

La realidad, no obstante, es que existe todavía una patente falta de diversidad en la industria MICE. En el mundo anglosajón, es flagrante la ausencia de personas de raza negra, mientras que en España y Latinoamérica las necesidades se suelen enfocar más en la participación por igual de hombres y mujeres.

En la edición virtual IBTM World Online 2021, Stephanie Corker -de la empresa de *marketing* Wasserman- presentó algunas estadísticas impactantes sobre el estado actual del sector a nivel global. Actualmente, solo el 3% de los profesionales son de raza negra, africana o caribeña, frente a un 83% de raza blanca.

Entre los 20 mayores organizadores de ferias y exposiciones a nivel global, no hay ningún CEO que pertenezca a grupos minoritarios, y solo el 23% de puestos ejecutivos están a cargo de mujeres. Las personas con algún tipo de discapacidad solo representan el 3% de la industria.



capacidad intelectual en eventos y congresos, facilitando su contratación.

Diversidad en eventos

Según un estudio de la consultora McKinsey & Company, las empresas en las que hay diversidad en la plantilla pueden ser dos o tres veces más efectivas que aquellas con un personal homogéneo, ya que se propicia un ambiente idóneo para la innovación y la creatividad, lo que ayuda al crecimiento del negocio.

Lo mismo se puede decir de los eventos. Una mayor diversidad de ponentes o panelistas añade valor a los debates, ya que las personas de diferente sexo, edad, raza o ideología pueden aportar enfoques distintos sobre un mismo tema.

En cuanto a los expertos que ofrecen su visión en ferias y eventos, una encuesta realizada por Forbes en 2020 expuso que, a nivel global, casi las dos terceras partes de los ponentes en eventos siguen siendo hombres.

Por otro lado, empieza a existir más diversidad cuando se trata de los intervinientes en paneles. Según un estudio de la agencia EventMB (ahora Skift Meetings), el 99% de los paneles incluye al menos una fémina.

La inclusión racial es menor, y el 35-40% de los eventos sigue sin contar con un ponente de raza negra. En paneles, el 67% incluye algún profesional de raza negra y el 86% algún representante de la comunidad BIPOC (personas negras, indígenas y de color, por sus siglas en inglés).

El sector es cada vez más consciente de la necesidad de hacer eventos más diversos. DICE recomienda que no más del 50% de los panelistas sean hombres, con el resto compuesto por mujeres y personas de diferente identidad de género.

En 2018 IMEX lanzó She Means Business, un evento dedicado a los retos específicos a los que se enfrentan las mujeres que trabajan en el sector MICE. Desde entonces, su enfoque se ha ido expandiendo, convirtiéndose en una plataforma para un debate más amplio sobre la inclusión y la diversidad en la industria de los eventos, así como una cita imprescindible tanto en el salón europeo como en la edición IMEX Americas.

Verdadera inclusión

No se trata de hacer cambios drásticos sino de ir haciendo los eventos cada vez más diversos, por ejemplo, introduciendo paneles con representantes de diferente sexo, edad o raza, así como personas con alguna discapacidad. Sin embargo, no es lo mismo facilitar la diversidad que demostrar verdadera inclusión. En el estudio de McKinsey, mientras que el 52% de los encuestados expresó un sentimiento positivo con respecto a la diversidad en su entorno laboral, solo el 29% lo hizo con

respecto a inclusión. Y es que simplemente dar empleo a una plantilla diversa no es suficiente. Es la experiencia en el trabajo y la igualdad de condiciones y oportunidades de promoción lo que hace que una empresa sea verdaderamente inclusiva.

Lo mismo se puede aplicar a los eventos. No basta con incluir fotos de personas de diferente edad, sexo, raza o capacidad en los materiales de promoción, o que algunos invitados o ponentes pertenezcan a grupos minoritarios, si se trata de un gesto simbólico para “marcar todas las casillas”. No sirve de nada si no se sienten plenamente integrados en el evento.

Esa integración ha de convertirse en el objetivo principal de todos los aspectos del evento, desde la oferta de diferentes menús o la accesibilidad del *venue* a la diversidad de los ponentes y el cuidado en el lenguaje utilizado, para que nadie se sienta ofendido ni discriminado.

Es sin duda un gran reto que el sector MICE ha de afrontar para responder a las necesidades y expectativas de las nuevas generaciones, además de elevar con ello el perfil de la industria, garantizando su supervivencia y crecimiento futuros.

ENTREVISTA



Amy Kean

Cofundadora de DICE (Diversity & Inclusion in Conferences and Events)

“La verdadera inclusión radica en la experiencia: ¿se sienten todos los asistentes bienvenidos y escuchados?”

¿Por qué es importante considerar la diversidad e inclusión en una operación MICE?

Porque se supone que los eventos representan lo mejor de un sector. Cuando se asiste a un congreso, se espera escuchar a los mejores expertos, conocer las mejores ideas, las mejores prácticas, atisbos de futuro y de innovación... Si en el escenario no existe nadie que se parezca a uno mismo, o tenga una experiencia similar, ¿cómo es posible identificarse con ellos? Durante mucho tiempo, en la mayoría de los espacios profesionales –ya sea en el sector financiero, turístico, comunicación o incluso el académico– han predominado los hombres de raza blanca, pero no son las únicas personas que tienen buenas ideas.

¿Qué aspectos están más desarrollados y en cuáles hay que mejorar?

Creo que es fácil trabajar en el aspecto estético de la inclusión. Una operación MICE puede incluir un buen balance de diferentes géneros, razas, edades y, hasta cierto punto, discapacidades. Pero la verdadera inclusión radica en la experiencia: ¿se sienten todos los asistentes bienvenidos y escuchados? Es ahí donde se debe mejorar más. No obstante, aún queda trabajo por hacer también en lo más básico. Por ejemplo, todavía existen demasiados paneles exclusivamente masculinos en muchos eventos. La excusa del organizador suele ser que se fija en la diversidad de ideas, sin prestar atención a la raza o el género. Pero cuando hay diez hombres blancos en el escenario, todos iguales, difícilmente habrá diversidad de pensamiento.

¿Cuál es la principal barrera para la celebración de eventos más diversos e inclusivos?

La pereza, ya que muchos organizadores de eventos ven la diversidad como una complicación, cuando en realidad es muy fácil organizar eventos diversos e inclusivos. Simplemente es necesario planificar antes, ampliar la red de potenciales panelistas pensando bien en cómo se les invita y qué se les ofrece para que acepten, y confiando en talentos desconocidos. De eso se trata la equidad, de ofrecer igualdad de oportunidades a todos. Esto marca la diferencia entre quienes se contentan con completar la tarea y los que se esfuerzan por conseguir un resultado excepcional. Demasiada gente en este sector opta por lo primero.

MARKETINGSNACKS

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ANTES...



ORGANIZACIÓN DE EVENTOS AHORA...



Marco Calvache

www.themarketingsnacks.com

@MKTSnacks