

La mujer en el sector de eventos

Un informe de Grupo eventoplus



La mujer en el sector de eventos

Introducción

Un sector crece y avanza si tiene buenos profesionales, buenos talentos para hacerlo funcionar. Teniendo esto en cuenta, nos ha parecido importante entender la situación de la mujer en nuestro sector: ¿Están bien representadas en nuestro sector? ¿En puestos de dirección también? ¿Qué características tienen ellas que puedan ser especialmente adecuadas para la organización de eventos?

Este informe nace tras el análisis de resultados cuantitativos extraídos del estudio de mercado anual realizado por grupo eventoplus a principios del 2008, que hemos completado con la opinión de profesionales de diferentes segmentos del sector y otros estudios y busca entender la situación de la mujer en un sector que, como veremos, ilas necesita!

Un alta presencia femenina

El porcentaje de mujeres en la industria de eventos es elevado. Si en el conjunto de la economía un 41% de empleados son mujeres, las agencias de eventos tienen una representación femenina mucho más pronunciada: un 64% de los empleados son mujeres. Esta situación no se ve en el segmento de proveedores (hoteles, catering, audiovisuales, etc.), donde un 45% de las plantillas están formadas por mujeres.

¿Cómo será el futuro? Más femenino aún, parece... Basta con asomarse a alguna de las clases en que se imparten cursos, postgrados o masters relacionados con nuestro sector y ver que el número de mujeres suele ser aplastantemente superior al de hombres.

Así lo confirmaron responsables de programas de la Universidad Complutense (80% alumnas); la Universidad Autónoma de Barcelona (83%); la Escuela Superior de Negocios ESDEN (90%); BCF Consultors (85%); Universidad Pompeu Fabra (95%); IED Barcelona (89%) y la Universidad de Deusto, que en dos de los últimos tres ediciones del Master Oficial de Organización de Congresos, Eventos y Ferias tuvo una presencia 100% femenina (ver gráfico).

La personalidad femenina y los eventos

En su libro *El cerebro femenino* (2006), la neuropsiquiatra Louann Brizendine, analiza las diferencias entre el cerebro femenino y el masculino. En pocas palabras, se trata de sensibilidades cerebrales disímiles basadas en diferencias estructurales y hormonales que dotan a la mujer de talentos, habilidades, aspectos y maneras muy específicos.

Al consultar a profesionales y expertos del mundo de los eventos, la mayoría coincide en que las mujeres presentan unas características de personalidad que pueden adaptarse a las diferentes demandas de la profesión. Entre los principales atributos mencionados los consultados mencionaron: la capacidad de realizar diferentes tareas al mismo tiempo, la empatía, la creatividad y la capacidad de organización (ver cuadro “¿Ellas mejores organizadores que ellos?”).

Cabe mencionar que no todos los consultados estuvieron de acuerdo. “No creo que la elección del trabajo o la profesión se produzca en función de cualidades específicas de uno u otro sexo sino, en buena medida por la visión propia o social de cuáles son dichas cualidades o qué papeles son más adecuados para unos u otros. De una cierta preasignación de roles y capacidades”, Carolina García, secretaria del capítulo ibérico de ICCA.

Pero una dificultad en llegar a cargos directivos

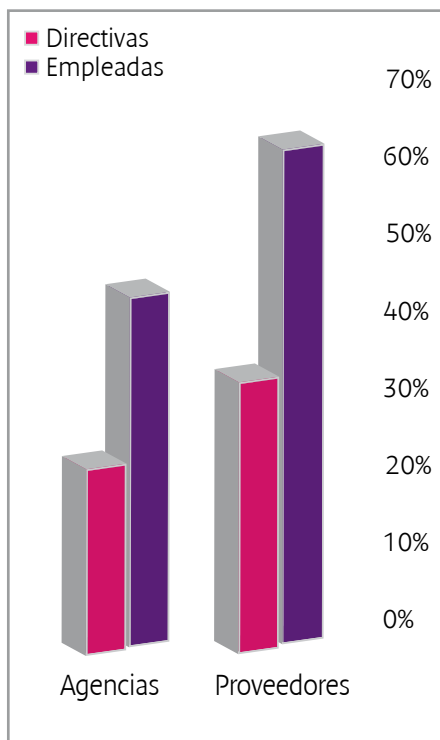
La alta participación de mujeres en nuestro sector contrasta con el número de cargos de gerencia y dirección, tanto en el caso de las agencias como en el de proveedores. A pesar de representar más del 60% de las plantillas de las agencias, sólo un 35% de ellas son directoras o socias de estas empresas.

En el segmento de proveedores, la participación de las mujeres como empleados es aún menor (45%), así como su figuración en altos cargos, sólo un 24% (ver gráfico: “El techo de cristal”).

Resumen

El sector de las agencias de eventos tiene una presencia altamente femenina, pero como en otras ramas de la economía, la presencia de mujeres en altos cargos de las agencias sigue siendo limitada. Si las mujeres representan el 64% de las plantillas de las agencias, sólo representan el 35% de los equipos directivos.





Este contexto desigual respecto a puestos de responsabilidad tiene matices que se deben destacar. Un ejemplo de ello es el hecho que cuatro de los siete miembros del Club de la Excelencia (asociación de grandes agencias de eventos de España) tienen presencia femenina entre sus socios, una proporción superior a las agencias organizadoras de congresos que suelen ser bastante masculinas.

Otra entidad de profesionales que destaca por una mayoría femenina en altos cargos es SITE Spain, cuya junta directiva está formada por 8 miembros, de los cuales 7 son mujeres.

En el caso de Meetins Professionals Internacional en España, el 50% de su junta directiva está formado por mujeres. Finalmente, en el capítulo español del International Congress & Convention Association (ICCA) ha sido liderado y gestado en su mayoría por mujeres, de tres presidencias sólo la última ha estado ocupada por un varón. Una proporción que contrasta con la estructura internacional de esta organización, en que de los 15 miembros del consejo sólo 3 son mujeres.

La situación de desigualdad laboral en puestos remunerados no se limita al sector de eventos, sino que forma parte de una situación más general a nivel nacional. En España, de acuerdo con la Encuesta de la Población activa del Instituto Nacional de Estadística (INE), las mujeres representan un 41,4% de la población ocupada en el cuarto trimestre del año 2007.

¿Ellas mejores organizadores que ellos?

Multitasking

En el ámbito de la producción, sobre todo, la capacidad de *multitasking* parece ser un valor añadido en las mujeres. “La capacidad de las mujeres de ‘lidiar’ con docenas de tareas importantes en paralelo es mucho mayor que la de la mayoría de hombres y, a su vez, es una condición indispensable de un buen productor. No querría parecer sexista pero, mi experiencia me dice que de cada 10 buenos productores, como mínimo, siete son mujeres”, Raimond Torrents.

“Desde siempre en el ámbito de la comunicación las mujeres han tenido un rol central. La creatividad, planificación y organización, están a la base de la realización de un evento; una de las características de las mujeres es la capacidad de desarrollar varias actividades a la vez”, Giulia Setzu - Curso de diseño y gestión de eventos IED Barcelona

“Organización, capacidad de reacción, saber estar, agilidad mental, aguante, en general somos capaces de hacer 3 cosas a la vez con una sonrisa en la boca”; Lluisa Lull de Lluisa Lull Events.

La creatividad

“Creo que la mujer tiene una mayor inquietud e imaginación. Es más creativa que algunos hombres, todo y que los hay muy buenos en el sector, por ello encaja muy bien en el mundo del evento” Sonia Sedano, Diferente.

“Hay dos cuestiones básicas a tener en cuenta, en primer lugar un componente creativo y de diseño muy cercano a la mujer, y en segundo lugar, la capacidad de gestión de diferentes proyectos en un mismo momento”, Gemma Latorre de BCF Consultors.

Empatía/entendimiento cliente

“Las Mujeres tienen la virtud de ser mucho más ‘sensibles’ para averiguar bien lo que quiere el cliente, darse cuenta de lo en que está pensando. Por lo que suelen ser muy efectivas en una industria donde los deseos de los clientes son abiertos y dejan pie a la interpretación”, Carme Miró de Apple Tree Communications.

“Las mujeres poseemos cualidades que encajan perfectamente con el día a día de una agencia. La empatía, el espíritu conciliador, la duda constructiva, el trabajo en equipo, motivar el estímulo de tus colaboradores, la intuición...en definitiva saber realizar una actividad multitarea. Hasta ahora estas aptitudes se han podido considerar como sinónimo de debilidad o cualidades menores frente a las del hombre, pero que en nuestro sector son fundamentales para desarrollar un buen trabajo”, Estrella Díaz, directora general del Grupo Staff.

“En general, todas las profesiones que precisan de unas habilidades para la comunicación son muy atractivas para la mujer. Normalmente tienen un alto nivel de empatía, observación y asertividad”, Gotzon Glz. Auzmendi Escuela Superior de Negocios ESDEN.

iSuperwoman!

“El ser polivalentes, multidisciplinarias y emprendedoras. La mujer del s.XXI que está activa en el mundo laboral está llamada a ser ejecutiva eficaz, madre responsable, esposa ejemplar, ama de casa eficiente, hija devota, hermana comprensiva y amiga de sus amigos, todo a la vez, con tacones, y muchas veces coincidiendo visitas de inspección, actividades extraescolares de los niños y pequeñas emergencias domésticas.

Esta capacidad para multiplicarse por mil y enfrentarse a decisiones constantemente trasladada al mundo de los eventos facilita que en situaciones de emergencia podamos improvisar sin esperar a que alguien venga a solucionarnos la papeleta”; Olga Navarro ITB dmc.

En los últimos diez años, la tasa de actividad femenina ha tenido un crecimiento marcadamente superior al de los hombres (26% contra 6,1%). En el caso de la tasa de empleo, el aumento ha sido de un 55,1% para mujeres y un 16,6% en los varones.

A pesar de esta cada vez mayor presencia femenina en las empresas, según la Encuesta de Población Activa del INE, en 1998 un 31,1% de mujeres ocupaba puestos de dirección de las empresas. Diez años más tarde, este porcentaje sólo ha crecido hasta un 32,7%. Es decir, que aunque el número de mujeres en el mercado laboral haya aumentado considerablemente (26%), el número de “jefas” sólo ha tenido un incremento de 1.6%.

Esta desigualdad porcentual se ve también reflejada en los salarios. La Encuesta de Estructura Salarial del INE indicaba que las mujeres ganaban un 26,3% menos que los hombres en el 2006.

Si las mujeres tienen dificultad en todos los sectores en llegar en puestos de dirección, la dificultad parece ser mayor aún en nuestro sector. Aunque cuenta con una representación femenina mucho mayor que la economía (64% contra 41% para la media nacional), la representación de ellas entre los directivos es apenas superior a la media nacional (35% contra 32,7%). El ratio entre representación femenina entre directivos y entre empleados es del 79% para la economía... pero sólo 55% para agencias y 53% para proveedores.



¿Por qué las mujeres “no suben”?

Las causas son múltiples, pero intervienen principalmente tres factores: la corta vida de nuestro sector, la cultura e historia reciente de España y la situación de desigualdad socioeconómica nacional e internacional. Al consultar a representantes y directores de agencias, proveedores y centros de formación, la mayor parte confirma que existe una brecha entre el número de mujeres que forma parte del sector de los eventos y quienes logran alcanzar cargos altos.

“Esta situación es preocupante. Estamos hablando de un sector mayoritariamente femenino, con profesionales excepcionales pero que sólo en contadas ocasiones alcanzan puestos de responsabilidad”, opina Gotzon Glz. Auzmendi, director académico del master *Comunicación, Organización de Eventos y Protocolo* de la Escuela Superior de Negocios ESDEN. Sin embargo, hay quienes matizan esta diferencia: “creo no equivocarme al afirmar que la proporción de mujeres en cargos de alta responsabilidad en nuestro sector es muy superior a cualquier otro sector en el ámbito del marketing y la comunicación (Equipo Singular, Apple Tree, Schakleton, Speakers Bureau, Staff Eventos, Proyecto Zahorí, etc.)”, afirma Raimond Torrents.

Orígenes del sector

Los no muy lejanos inicios del sector de eventos, sobre todo en el segmento de proveedores, fueron en muchos casos mayoritariamente protagonizados por hombres. “Las agencias de eventos derivaban de proveedores audiovisuales, de producción de vídeos o de publicidad que son sectores mayoritariamente masculinos”, nos recuerda Carme Miró de Apple Tree Communications.

Este origen masculino de los proveedores contrasta con el caso de los protagonistas en destinos en España. “Cuando me incorporo a los convention bureaus pioneros en España, éstos habían sido liderados mayoritariamente por mujeres y entre las veintitantas ciudades españolas entonces miembros del Spain Convention Bureau la mayoría de la dirección estaba asumida, a principios de los 90, por mujeres profesionales que aun son un referente en nuestro país y en nuestro sector”, recuerda Carolina García, secretaria del capítulo ibérico de ICCA.

Los relativos escasos años de vida de la industria suponen un reto adicional para la mujer. “Es un sector joven y lógicamente convive en la situación y la tendencia del mercado laboral, donde la mujer, paradójicamente a sus habilidades, debe demostrar más que el hombre para acceder a puestos directivos”, opina Gotzon Glz. Auzmendi de la Escuela Superior de Negocios ESDEN.

Una situación global

“No es una cuestión específica del sector de los eventos, sino una situación generalizada”, afirma Gemma Latorre de BCF Consultors. Y efectivamente el peso limitado

El caso MPI

La situación de nuestro país se ve también en otros países del mundo. De acuerdo de datos de MPI (Meeting Professionals International), un 75% de sus miembros son mujeres, pero en 2002 sólo un 11% ocupaban puestos altos en sus empresas u organizaciones.

Frente a estas cifras, Christine Duffy, miembro de MPI, creó en 2001 la Women’s Leadership Initiative (Iniciativa de Liderazgo de Mujeres). Christine, cuya experiencia personal incluía ser COO y CEO de grandes compañías, reunió a otras mujeres en puestos similares y decidieron crear un programa que la asociación asegura haber incorporado en todos los niveles de su estructura. Actualmente, al menos la mitad de los profesionales que forman parte de los puestos superiores de la asociación son mujeres.

“La Women’s Leadership Initiative le dio al sector la oportunidad de ver cómo las mujeres ha ayudado a convertir al sector en lo que es y cómo la industria puede contribuir al desarrollo de líderes fuertes y fomentar las carreras de sus miembros, sin importar que sean hombres o mujeres”, opina Cary Broussard, Vice President, Marketing and Brand Management at MPI. La *Women’s Leadership Initiative* por ejemplo lanzó un programa de becas para los miembros que querían completar sus estudios superiores.

de las mujeres entre los directivos de agencias forma parte de las cifras del Índice Mundial de Diferencia de Géneros elaborado por el Foro Económico Mundial. En este ranking de 130 países, España se ubica en el número 17, cuando ocupaba la décima posición en 2007. Pero más preocupante es el número 41 que ocupa España cuando se valora la participación de la mujer en cargos altos.

“Son muchos siglos donde la figura masculina ha sido el eje histórico y social del mundo en que vivimos. Hemos avanzado mucho pero en los años 60, para abrir una cuenta bancaria tenía que ir acompañada del hombre.... Son fechas relativamente cercanas como para querer notar un cambio importante”, opina Sonia Sedano de Diferente.

Elementos culturales

La cultura es otro importante factor si intentamos comprender la discriminación laboral de la mujer en el mundo de los eventos. “La costumbre ancestral, propia de nuestra cultura, de confiarles mayoritariamente a las mujeres las habilidades asociadas al diseño y ejecución de los festejos domésticos y familiares que se contraponen a las celebraciones rituales del poder político y de las liturgias religiosas”., explica José Luis Piñuel, director del *Master de Gestión de Eventos* de la Universidad Complutense-. De acuerdo con Piñuel, mientras más rígido y solemne sea un evento, la aplicación de los reglamentos necesitará de una presencia masculina que dirija el reparto de responsabilidades.

En el mundo práctico, Carolina García –secretaría del capítulo ibérico de ICCA- confirma esta diferenciación entre la participación femenina o masculina según si la actividad tiene un impacto doméstico contra una celebración mayor en la propia evolución del sector. “El mundo de los congresos se veía como algo que tenía que ver con el protocolo, con las relaciones públicas, con la connotación que tiene la palabra ‘secretaría’, organización, logística, atención al cliente..... Conforme en nuestro país se ha ido tomando conciencia del peso económico que tiene el sector de las reuniones, de las opciones de relación social y profesional que puede generar a los profesionales turísticos, de cómo contribuye al desarrollo de ciudad se va produciendo una masculinización de los puestos directivos de los Convention Bureaus”.

También lejos del mundo académico, Olga Navarro, *marketing & sales manager* de ITB dmc y responsable de comunicación de la asociación SITE, da una explicación aplicada de la intervención del factor cultural. “Porque en un mundo políticamente correcto lo mejor es que la directora comercial sea mujer pero el director general sea hombre, no sea que le dé por poner cortinas y lacitos en todos los despachos”, opina.

Al hablar de cultura también se deben incluir factores como las posibilidades de conciliación de la vida familiar o el grado de educación de las mujeres. Al preguntarle sobre el motivo del escaso número de mujeres de puestos de poder en el sector, Lluís Lull opina: “Creo que por la conciliación de la vida laboral y familiar es muy complicado y nos cuesta mucho delegar en ese tema”.

La asociación internacional MPI (Meeting Professionals International) identificó durante un estudio las barreras que impedían que las mujeres progresaran a mejores posiciones laborales en sus carreras profesionales. “Entre los hallazgos, MPI identificó que muchas mujeres habían “caído” en la profesión por accidente a través de otro trabajo y/o ellas habían puesto sus aspiraciones profesionales en espera por razones financieras o familiares”, explica Cary Broussard, Vice President, Marketing and Brand Management at MPI.

Ideas finales: Logros y retos

La incorporación de la mujer en el mercado laboral en España y el mundo es un fenómeno creciente y, en el sector de eventos, actualmente representan la mayor parte del sector. Los indicadores de desigualdad en nuestro sector son pronunciados, pero también lo son en situación económica global.

Dentro de los diferentes segmentos de actividad que participan en el sector, las agencias tienen la mayor desproporción en cuanto al porcentaje de mujeres que ocupa las plantillas (64%) vs. los equipos directivos (35%).

Entre los principales motivos del por qué las mujeres no ocupan puestos de responsabilidad, se pueden mencionar: el origen del sector de eventos –derivados de proveedores y con pocos años de vida-, la cultura e historia reciente de España y la

situación de desigualdad socioeconómica nacional e internacional.

Las asociaciones profesionales representan una destacable excepción en esta situación. De acuerdo con la mayoría de entidades con presencia en España consultadas, la mayoría de sus consejos directivos están formados por mujeres. Una participación que confirma la alta importancia del papel de las mujeres en el sector de eventos.

Como conclusión de las principales opiniones de los consultados, varios coincidieron en la necesidad de aportar una mayor visibilidad de las mujeres que ya ocupan puestos de responsabilidad, la implementación de programas de formación complementaria y el fomento de medidas de flexibilización en temas como la conciliación familiar.

¿Y el futuro?

“Cada vez más estamos asistiendo a empresas lideradas por mujeres, a medida que el sector de eventos madura como tal”, Carme Miró, Apple Tree Communications.

“Hay que recomendar que ambos sexos se complementen al máximo. Se pueden aprovechar y maximizar detalles que pueden conseguir mejorar los resultados y satisfacer ambas inquietudes. Soy mujer y desempeño la dirección general de la agencia desde hace 11 años, pertenezco a este sector hace más de 20 años, siempre he tenido puestos de responsabilidad. Soy madre de dos hijos y he alternado durante todas estas años mi vida profesional y familiar, no es fácil, pero os garantizo que es posible”, Estrella Díaz del Grupo Staff.

“[La desigualdad de género]... afortunadamente es una tendencia que va perdiendo adeptos y cada vez son más las mujeres que escalan puestos, o mejor, que se hacen empresarias, pero todavía hemos de superar unas cuantas barreras sobre todo cuando se trata de generaciones no tan nuevas”, Olga Navarro

En la sociedad española en los últimos años se ha desarrollado un plan de inserción de las mujeres en altos cargos de forma relevante pero no suficiente. No hace falta que expliquemos que respecto a la implicación de las mujeres en funciones de responsabilidad, hay mucho trabajo por delante. *Giulia setzu*