

PANORAMA

✓ COLUMNA

La nueva 'cara' de la seguridad

LOS PALACIOS DE congresos vienen preocupándose desde hace tiempo por la seguridad. Un aspecto que demanda mejoras urgentes tras los ataques terroristas de principios de siglo. Como resultado, se ha producido un similar cambio de mentalidad entre congresos y clientes, a la luz de los acontecimientos, aumentando su preocupación por la seguridad. Ya antes, para proveedores y organizadores de congresos, la seguridad era un tema de preocupación, considerando el impacto que podía tener sobre la asistencia a un congreso. Las aseguradoras pronto entraron en escena. En algunos casos con la exigencia de una demostración previa ante un hipotético incidente, para poder cubrir la póliza.

Pero una buena seguridad no consiste únicamente en la elaboración de planes de actuación o inversiones en equipamiento. Se trata también de en qué clase de ambiente se mueve el delegado cuando acude a un congreso. En otras palabras, sobre cómo obtener un balance apropiado entre rendimiento y discreción. Así, los asistentes pueden sentirse seguros sin parecer vigilados.

En el ámbito de la seguridad hay tres claves que aprender: Primero, que el proceso de evaluación de riesgos debe ser una rutina cotidiana para grandes eventos o aquellos especialmente sensibles. En segundo lugar, tomando las medidas adecuadas sobre las estructuras del edificio durante los procesos de ampliación. Finalmente, por exhaustivas que estas medidas de seguridad puedan ser, no pueden sostenerse solas. Se necesita la colaboración con clientes y autoridades locales y nacionales, para crear un amplio flujo de comunicaciones y protocolos de actuación.

De esta forma, coordinación y comunicaciones se convierten en la ecuación para una buena seguridad. Los procesos de seguridad se han hecho cada vez más sofisticados y, de alguna forma, menos obvios. La sensación de vigilancia producida por personas y equipos se puede reducir con los procedimientos adecuados. Y esto no solamente por la seguridad de los participantes, sino también por el propio ambiente del evento.



Barbara Maple

Presidenta de la AIPC

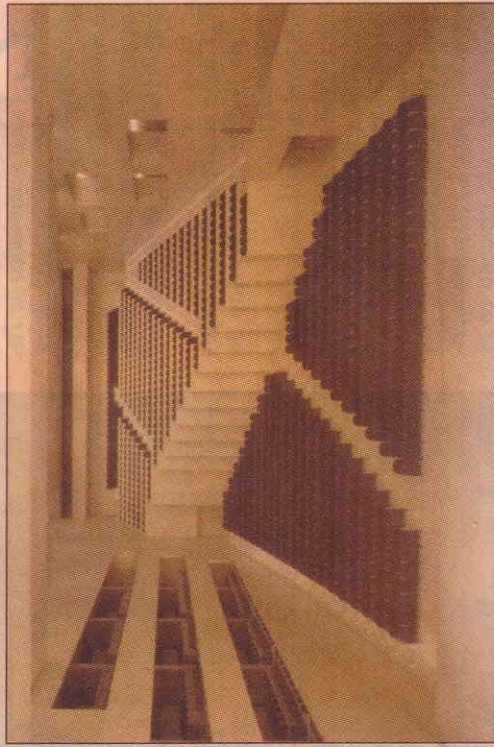
iciano pide a la Generalitat más en la promoción de congresos

organismo supra autonómico para estructurar la política promocional
nto Generalitat cree un organismo que se de las instalaciones congresuales de
eno encargo de la planificación y coordi- la Comunidad, debido a las numerosas
e la nación de las acciones promocionales entidades que actúan individualmente.

cación, promoción y *marketing*" asevera Vicente Inglada, concejal socialista del Ayuntamiento valenciano y miembro del Consejo de Administración del Palacio de Congresos de Valencia.

Sin embargo, desde la Conselleria de Turismo de la Generalitat afirman que colaboran en la organización de actividades promocionales, aunque "la promoción e incluso de las actividades de congresos se lleva a cabo a través de organismos creados para tal fin en los municipios en los que existe una actividad congresual", señala Milagros Martínez, consellera de Turismo de la Comunidad Valenciana. Esta forma son los Convenios Bureau los organismos que se desarrollan en estas ciudades para la promoción y fomento de las instalaciones congresuales y de los eventos que en ellas se organizan, añade Martínez.

Además, conociendo que este tipo de actividad turística provoca una demanda, que posee una proyección internacional y



Graderío del auditorio principal del Palacio de Congresos de Castellón.

'Colaboramos organizando actividades promocionales'



"La Conselleria de Turismo, como Institución encargada de la promoción de la imagen turística de la Comunidad Valenciana y el fomento del Turismo en las tres provin-

greso y de destino cosmopolita. Además, la Generalitat, consciente de la importancia que este Sector ha alcanzado, ha potenciado su desarrollo en la Comunidad con la