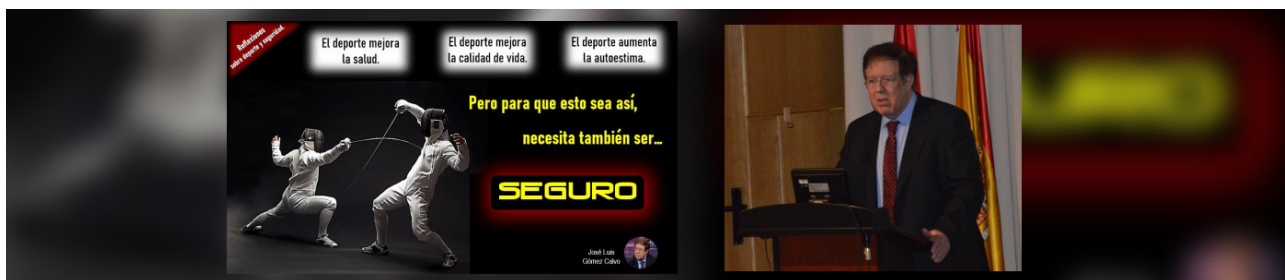


La seguridad como factor de calidad de los servicios deportivos



La calidad se ha convertido en uno de los requisitos esenciales de todo servicio deportivo.

En la actualidad **la calidad es un factor estratégico clave** del que dependen la mayor parte de las entidades prestatarias de servicios para mantener su posición en el sector al que pertenezcan.

Hoy, cuando se habla de calidad, se habla primordialmente de la satisfacción del cliente, o del usuario, para utilizar un término más apropiado al ámbito de los servicios deportivos.

Ahora bien, esa **satisfacción** se logra a través de dos componentes:

- Características del servicio.
- Falta de deficiencias.

Respecto a las características de los servicios, en nuestro caso deportivos, vamos a introducir la seguridad como una de dichas características, por la necesidad de protección contra los riesgos de daños para las personas, sus derechos y para los bienes tangibles e intangibles, y porque **la seguridad no es una opción, es una obligación** de quienes sean responsables de los lugares en los que se realicen las actividades deportivas y de quienes sean sus organizadores y realizadores, en consecuencia de los prestatarios y gestores de servicios deportivos.



Estas **características en materia de seguridad** son las siguientes:

1. Condiciones seguras de utilización y accesibilidad de recintos e instalaciones en situaciones de normalidad y de emergencia.
2. Condiciones seguras de aforo, acceso, permanencia y uso.
3. Protección contra intrusiones, hurtos y robos.
4. Preservación de los derechos a la intimidad y la propia imagen.
5. Preservación de los datos personales y garantía de los derechos digitales.
6. Protección integral contra todo tipo de violencia (incluso digital) hacia los menores de edad.
7. Protección medio ambiental.

Una vez establecidas las características de los servicios deportivos en materia de seguridad, corresponde abordar a continuación **la falta de deficiencias** respecto a ellas, para completar los dos componentes de satisfacción que hemos expuesto anteriormente.

La falta de deficiencias debe ser una apreciación de los usuarios, ya que estamos hablando de su valoración sobre la calidad del servicio deportivo que reciben. Pero para apreciar algo, ese algo, debe ser percibido por quien ha de valorarlo, es decir debe prestar atención a su estado para poder determinar si no hay o hay deficiencias.

Y aquí nos encontramos con un hecho importante, **la seguridad solo suele ser percibida cuando se manifiestan los efectos de su carencia**, es decir, los daños.

En tanto no se producen dichos daños, **la seguridad pasa desapercibida para los principales destinatarios de ella**, que son los usuarios.

Si es así, ¿cómo van a apreciar la falta de deficiencias? Solo apreciarán las deficiencias, no la falta de ellas, precisamente cuando se produzcan los daños, no antes.

De ahí que la seguridad no sea percibida como un factor de calidad, aunque lo sea, y que

en consecuencia los gestores deportivos la tengan como algo obligado, que supone un gasto sin rentabilidad alguna porque no hace que aumente el número de usuarios ni que estos lo valoren como una mejora del servicio que reciben, es decir, como un factor de calidad.

Llegados a este punto, vamos a exponer **tres reflexiones para tratar de revertir la situación**.

PRIMERA REFLEXIÓN:

La seguridad no hay que verla solo por lo que aporta, sino también por lo que evita.

Es conocido que una vez que se produce una deficiencia, **el usuario da siempre mucha más importancia y comenta mucho más aquello que no funciona que lo que funciona**, y que sus comentarios negativos dependiendo de la magnitud y consecuencias de la deficiencia, tienen un efecto multiplicador, generalmente a través del procedimiento “boca a boca”, de la opinión adversa de otros usuarios respecto a la calidad del servicio deportivo que reciben, lo cual puede dar lugar a bajas y a evitar altas de nuevos usuarios.

Esto supone desde un punto de vista de estricta gestión deportiva, la necesidad de tratar de conseguir la “falta de deficiencias” en materia de seguridad, pues que mayor deficiencia hay que aquello que puede causar un daño corporal, moral, psicológico o patrimonial a los usuarios, lo cual nos conduce relacionándolo con la calidad a lo Phil Crosby vino a llamar “cero defectos”.



El norteamericano **Phil Crosby** (1926-2001), como muchos conocerán, aun ya fallecido, sigue siendo uno de los gurús más importantes en el campo de calidad, y lo es entre otras cosas por su teoría ampliamente extendida de “**cero defectos**” dentro del concepto denominado los “**absolutos de la calidad total**” cuyos principios son:

1. La calidad se define como cumplimiento de requisitos.
2. El sistema de calidad es la prevención.
3. El estándar de realización es “cero defectos”.

4. La medida de la calidad es el precio del incumplimiento.

Estos conceptos aplicados a la seguridad como factor de calidad de los servicios que se prestan demuestran la **relación seguridad-calidad**.

Primer principio: La calidad se define como cumplimiento de requisitos.

Las condiciones seguras que se exigen para la prestación de servicios deportivos corresponden al cumplimiento de los requisitos establecidos en la legislación y normativa de aplicación en esa materia.

Segundo principio: El sistema de calidad es la prevención.

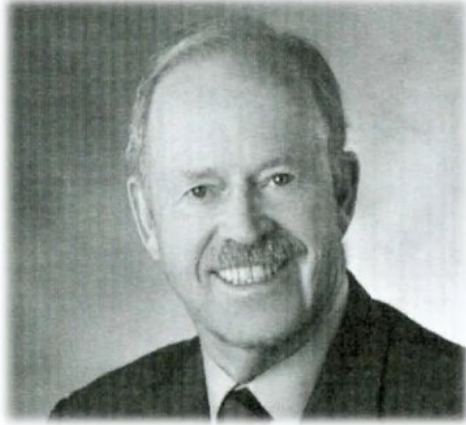
Si algo define a la seguridad es su acción frente al riesgo de daños, y la primera acción es la de prevenir, utilizando para ello la “herramienta” básica de prevención que es la Evaluación y posterior Gestión de riesgos, y por supuesto, el conocimiento, aplicación y disposición de medios para poder cumplir los requisitos obligatorios en materia de seguridad.

Tercer principio: El estándar de realización es “cero defectos”.

En materia de seguridad, siempre referida al riesgo de daños del que se quiere proteger, sabemos conceptualmente, que la seguridad no puede ser ni total ni permanente, aun cumpliendo los requisitos de condiciones seguras reglamentarios, porque como un axioma, conocemos que **el “riesgo cero” no existe, por lo cual el “cero defectos” en materia de seguridad no es posible**. Pero el que no sea posible la culminación de algo, no invalida ni imposibilita tender a ello y tenerlo como referente de progresión.

Cuarto principio: La medida de la calidad es el precio del incumplimiento.

Según este principio, la medición de la calidad se corresponde con la **medición del Precio del Incumplimiento (PDI)**; el cual se refiere al incumplimiento de requisitos que son determinantes para satisfacer a los usuarios. En el caso que nos ocupa en materia de seguridad, esto es, lo que cuesta hacer las cosas mal. Así, cuanto menor sea el PDI, mayor será el grado de calidad que se tiene.



**PHILIP B. CROSBY
(1926-2001)**

www.fppl.info

SEGUNDA REFLEXIÓN:

- La seguridad es necesaria porque es una evidencia que existen riesgos de diferentes tipos de daños.
- La seguridad es un derecho de los usuarios, y a ese derecho le asiste el correlativo deber de proporcionarles unas condiciones seguras por parte de los titulares y los organizadores, y por ende, de los gestores deportivos que actúan en representación de unos y de otros.

Todo lo cual nos lleva a concluir que **hay que hacer algo por necesidad y además por obligación**, y ... ya que hay que hacerlo, tratemos de rentabilizarlo consiguiendo que sea valorado por quienes son los destinatarios y consecuentemente beneficiarios de ello.

TERCERA REFLEXIÓN:

Hasta aquí puede estar bien el propósito planteado, pero no hemos abordado el procedimiento para conseguirlo.

¿Cómo conseguir que los usuarios perciban la seguridad por sus efectos preventivos y no por su carencia cuando se producen daños?

¿Cómo conseguir que los usuarios presten atención a la seguridad y la vean como un factor de calidad?

¿Cómo hacer que la seguridad deje de ser un gasto y sea una inversión?

La respuesta es “**poniendo en valor**” la seguridad para que los usuarios le presten **atención**, la valoren y la demanden.

Hay que saber “**vender un producto llamado seguridad**”. Establecer estrategias y aplicarlas.

Por ejemplo, informar y por lo tanto llamar la atención sobre aquellos **riesgos que no solo son posibles**, sino que como conocemos frecuentemente a través de los medios de comunicación, **también son probables**, dada la frecuencia con la que se producen, y que despiertan una mayor sensibilización y rechazo social como son:

- La violencia vertical descendente y horizontal hacia los menores, especialmente la de contenido sexual, incluso a través de dispositivos digitales.
- Las conductas violentas, xenófobas, racistas e intolerantes, sobre todo hacia las personas de cualquier edad, incluidas dentro de los considerados como grupos vulnerables.
- La discriminación por razón de género, raza, grado de discapacidad, condición social u orientación sexual.
- La intromisión en los datos personales que pueden llegar a comprometer, entre otra información, la de las cuentas bancarias de los socios de clubes y centros deportivos para el pago de sus cuotas.

La digitalización es un avance imparable y transversal para todo tipo de relaciones y transacciones, pero deben realizarse en... ¡condiciones seguras!

- La captación ilegal de la imagen de personas en espacios como aseos, duchas o vestuarios para subirlas a las RRSS u otros espacios de Internet.

Cualquier deficiencia, cualquier brecha en las condiciones seguras necesarias y exigibles, pueden hacer que la **reputación de un servicio y la de la entidad que lo presta** se vea seriamente afectada, además de las consecuencias derivadas de tipo administrativo, civil e incluso penal pudieran conllevar.



CONCLUSIONES:

- Hacer ver estos riesgos.
- Informar de las medidas de las que se dispone para la protección frente a ellos.
- Publicitar al servicio deportivo, como “servicio deportivo seguro”.
- Hacer que se valore la confianza y la tranquilidad de estar en un lugar seguro y recibir prestaciones seguras.
- Resaltarlo como un valor diferencial respecto a los servicios prestados por otras entidades.

- Incluir estos temas en las encuestas de satisfacción de los usuarios.
- Promover su participación mediante propuestas o inquietudes respecto a los riesgos y la seguridad, a través de medios digitales de acceso y uso sencillo.
- Facilitar la comunicación digital de casos observados por los usuarios que deben ser evitados o reprobados.

Son procedimientos para que la **seguridad** sea vista y reconocida por los usuarios como un **factor de calidad**, y además sea tratada por los gestores deportivos como **una “herramienta” que conduzca a la excelencia** de los servicios que prestan, y cuyo coste económico, deje de ser un gasto obligado para convertirse en una inversión rentable.

Link to Original article: <https://www.fagde.org/revista-fagde-no32/la-seguridad-como-factor-de-calidad-de-los-servicios-deportivos?elem=285826>