apunts
EDUCACIÓ FÍSICA I ESPORTS
NÚMERO 151

Publicat: 1 de gener de 2023
https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2023/1).151.07

OPEN ACCESS

Qualitat de l'esdeveniment: intenció de tornar a participar en una cursa popular

María Quirante-Mañas[1], Antonio Fernández-Martínez[2*], Alberto Nuviala[2] i David Cabello-Manrique[1]

[1] Departament d'Educació Física i Esportiva. Facultat de Ciències de l'Esport. Universitat de Granada (Espanya).
[2] Departament d'Esport i Informàtica. Facultat de Ciències de l'Esport. Universitat Pablo de Olavide. Sevilla (Espanya).

Citació
Quirante-Mañas, M., Fernández-Martínez, A., Nuviala, A., & Cabello-Manrique, D. (2023). Event Quality: The Intention to Take Part in a Popular Race Again. *Apunts Educación Física y Deportes, 151*, 70-78. https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2023/1).151.07

Editat per:
© Generalitat de Catalunya
Departament de la Presidència
Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya (INEFC)

ISSN: 2014-0983

***Correspondència:**
Antonio Fernández-Martínez
afermar1@upo.es

Secció:
Gestió esportiva, lleure actiu i turisme

Idioma de l'original:
Castellà

Rebut:
11 de gener de 2022

Acceptat:
27 de juny de 2022

Publicat:
1 de gener de 2023

Coberta:
Un jugador mexicà amb vestit prehispànic asteca esquiva la pilota durant el tradicional "Juego de Pelota", anomenat pels maies "pok-ta-pok" i pels asteques "tlachtli". Ecoparc Xcaret, Mèxic
5 de juny de 2009
© LUIS ACOSTA/AFP
via Getty Images

Resum

Aquest treball de recerca pretén observar la relació entre la qualitat, funcional i central, el valor i la satisfacció amb la intenció de tornar a participar en una cursa popular, observant les possibles diferències en funció del gènere. De manera aleatòria i autoadministrada, es va passar un qüestionari a un total de 866 participants en una cursa popular de 21 km a la ciutat de Granada. Es va fer una anàlisi factorial confirmatòria del model i una anàlisi multigrup. Els resultats d'aquest estudi van indicar que la qualitat central és precursora del valor i la satisfacció, sense que hi hagi diferències en funció del gènere, igual que la qualitat funcional. El valor és un predecessor de la satisfacció, sense que apareguin diferències en funció del gènere. La qualitat central i la intenció de tornar a participar-hi no han reflectit una relació directa, al contrari que la qualitat funcional, que per la seva banda és un antecedent de la intenció de tornar a participar-hi, sense que hi hagi distinció de gènere. El valor no presenta una relació directa amb la intenció de tornar a participar-hi, però sí indirecta a través de la satisfacció, ja que aquesta és antecedent directe de tornar a participar-hi, sense diferència entre gèneres. Els aspectes valorats en aquest estudi els han de conèixer les persones organitzadores d'esdeveniments esportius per aplicar aquestes variables sociodemogràfiques a l'hora d'organitzar qualsevol esdeveniment o decidir quin seria l'esdeveniment més recomanable per a la seva ciutat.

Paraules clau: esdeveniment esportiu, gènere, intencions futures, *running*, satisfacció, valor.

Introducció

El nombre i la importància dels esdeveniments esportius, així com el seu impacte en la societat i la seva repercussió, han crescut notablement. L'esport es consolida com un recurs per al desenvolupament de la societat; per això, petites comunitats i fins i tot nacions senceres utilitzen els esdeveniments esportius com a eines per aconseguir diferents objectius, com el creixement econòmic, turístic i cultural (Fernández-Martínez et al., 2021). Es pot afegir l'augment de l'interès per la pràctica d'activitat física i la participació en competicions recreatives, la qual cosa ha originat la proliferació d'un nombre més gran d'esdeveniments esportius, principalment curses (Angosto-Sánchez et al., 2016), que s'han convertit en atractius productes turístics que incrementen any rere any el nombre de participants.

La literatura subratlla que fins i tot els esdeveniments esportius a petita o mitjana escala, com és el cas de la Marató de Granada, poden representar una forma viable per al desenvolupament del turisme sostenible i ajuden al desenvolupament econòmic de les comunitats, ja que promouen i diversifiquen l'oferta turística (Bazzanella, 2019). La majoria dels estudis estan basats en grans esdeveniments i en les valoracions dels espectadors, i calen més investigacions en relació amb el paper dels esdeveniments esportius mitjans i petits a partir de les experiències dels participants, ja que són escassos els estudis sobre les intencions futures a partir de les valoracions dels corredors (Fernández-Martínez et al., 2021). A més, són pocs els estudis que se centren en la diferenciació entre gènere, la seva percepció de la qualitat, el valor i la satisfacció en serveis esportius (Nuviala et al., 2021), i menys quan s'inclouen els constructes "qualitat central" i "intencions futures". Els pocs estudis existents se circumscriuen a l'àmbit del fitness (García-Fernández et al., 2016; León et al., 2020), o els centres esportius (Berber i Mollaoğulları, 2020; Castillo et al., 2019), però en cap cas no s'inclou la variable "intencions futures".

Revisió de la literatura

Relació qualitat central, qualitat funcional i valor percebut.

La qualitat és la valoració que el client fa pel servei rebut (Theodorakis et al., 2013). La qualitat té dues dimensions. La primera dimensió, qualitat central, es refereix a allò que rep el client després del consum del servei. Aquests beneficis i els resultats obtinguts han de ser el més pròxims possibles a les motivacions per participar en comportaments específics (Foroughi et al., 2019). Yoshida (2017) va aclarir aquest concepte, fent distinció entre qualitat central per a persones espectadores i per a participants. Cal destacar que en l'esport espectacle s'inclouen tres atributs relatius a aquesta dimensió: característiques de l'equip, rendiment del jugador i avaluació de resultats. En el cas dels i les participants, aquests atributs es manifesten en la condició física, en els mateixos programes esportius i canvis físics, és a dir, la percepció del seu rendiment esportiu (Theodorakis et al., 2013). La segona dimensió, qualitat funcional, és entesa com la valoració que fan les persones usuàries dels elements físics i les interaccions amb els recursos humans (Theodorakis et al., 2013). És important destacar que el consumidor percep el servei com quelcom que combina les dues dimensions, i obté una percepció de la qualitat en comparar aquestes percepcions amb les expectatives del servei (Watanabe et al., 2018).

El valor percebut està estretament relacionat amb la qualitat o els beneficis que obtenen del servei a canvi del preu que paguen. Es defineix com l'avaluació del consumidor sobre la utilitat del producte basada en la percepció del que es rep i el que es dona (Crespo-Hervás et al., 2019). S'ha demostrat que el valor és un concepte altament subjectiu, multidimensional i dinàmic que comprèn elements tant cognitius com afectius, pot variar entre individus i situacions i és dependent del moment de la valoració feta pel client, la qual cosa determina que la qualitat és un antecedent de valor percebut entre els corredors (Cabello-Manrique et al., 2021; Crespo-Hervás et al., 2019).

Per tant, es van establir les hipòtesis següents tant per a corredors com per a corredores:

H_1: La qualitat central per participants de curses populars és un antecedent del valor percebut.

H_2: La qualitat funcional per participants de curses populars és un antecedent del valor.

Qualitat central, qualitat funcional i valor com a antecedents de la satisfacció.

La satisfacció (Foroughi et al., 2019) és una reacció emocional a un acte de consum o una avaluació subjectiva realitzada com un judici cognitiu posterior a l'elecció basada en percepcions o suposicions de qualitat anteriors. La recerca sobre els serveis esportius ha identificat una relació entre qualitat, valor i satisfacció (Cabello-Manrique et al., 2021; Crespo-Hervás et al., 2019), i aquesta és una resposta postconsum que és susceptible de canvi, segons les circumstàncies i l'individu (Foroughi et al., 2019), convertida en objectiu clau a l'hora d'organitzar un esdeveniment esportiu. L'anàlisi de la satisfacció és molt interessant per a la gestió correcta d'esdeveniments esportius, ja que es poden establir estratègies de gestió i màrqueting per a la captació i retenció dels diferents tipus d'assistents (Cabello-Manrique et al., 2021).

Nombrosos estudis avalen la idea del valor com a antecedent positiu i directe de la satisfacció entre els participants de curses recreatives (Haro-González et al., 2018; Theodorakis et al., 2014), ja que el valor exerceix un fort efecte sobre

la satisfacció, i s'ha de tenir molt en compte per part dels gestors per millorar el nivell de satisfacció dels participants.

A més, hi ha una forta correlació entre la qualitat i la satisfacció amb el servei esportiu, la qual cosa dona suport a la idea que la satisfacció del client resulta de la qualitat d'aquest (Foroughi et al., 2019; Theodorakis et al., 2014). En poques paraules, la qualitat és un antecedent tant del valor percebut com de la satisfacció (Fernández-Martínez et al., 2020a).

A partir d'aquestes consideracions, es van plantejar les hipòtesis següents tant per a corredors com per a corredores:

H_3: La qualitat central percebuda per participants de curses populars és un antecedent de la satisfacció.

H_4: La qualitat funcional és un antecedent de la satisfacció.

H_5: El valor percebut és un antecedent de la satisfacció.

Els precursors de la intenció de tornar a participar-hi: qualitat, valor i satisfacció.

La participació és una variable personal que expressa la quantitat d'atenció, excitació i motivació desencadenades per una situació, i que afecta els comportaments de la persona consumidora en el procés de decisió de compra (Eskiler i Altunışık, 2021). De la mateixa manera, la lleialtat es pot entendre com les actituds favorables dels clients cap a un servei esportiu, la qual cosa els impulsa tant a la recomanació com a la recompra, al mateix temps que hi ha una relació conjunta i positiva entre qualitat, valor percebut i satisfacció amb la continuïtat dels usuaris en aquests esdeveniments esportius (Nuviala et al., 2021).

Una de les variables més utilitzades per analitzar la fidelitat és la satisfacció. Quan els clients estan satisfets, és probable que tinguin una percepció positiva de l'organització i demostrin fidelitat (Theodorakis et al., 2014). Diversos estudis exposen l'existència d'una forta relació entre aquestes variables (Cabello-Manrique et al., 2021; Eskiler i Altunışık, 2021). La qualitat del servei influeix en la lleialtat directament i indirectament a través de la satisfacció (Crespo-Hervás et al., 2019; Theodorakis et al., 2013). Altres estudis informen que el valor percebut influeix en la lleialtat tant directament com indirectament a través de la satisfacció (Eskiler i Altunışık, 2021). El valor està directament relacionat amb la satisfacció i indirectament relacionat amb la lleialtat; és un determinant predictiu per a les intencions i els comportaments futurs i s'ha comprovat la influència positiva i combinada que aquests tres constructes tenen sobre el comportament del client i la lleialtat al servei (Watanabe et al., 2018). Diversos estudis han donat suport també a la idea que les intencions futures han estat determinades a través de la qualitat del servei, el valor percebut i la satisfacció, on el valor és la variable que té el pes més gran en la predicció de les intencions futures dels espectadors (Calabuig-Moreno et al., 2016).

Per tant, es van plantejar les hipòtesis següents tant per a corredors com per a corredores:

H_6: La qualitat central percebuda per participants de curses populars és un precursor de la intenció de tornar a participar-hi.

H_7: La qualitat funcional és un antecedent de la intenció de tornar a participar en l'esdeveniment.

H_8: El valor és un precursor de la intenció de tornar a participar-hi.

H_9: La satisfacció és antecedent de la intenció de tornar a participar-hi.

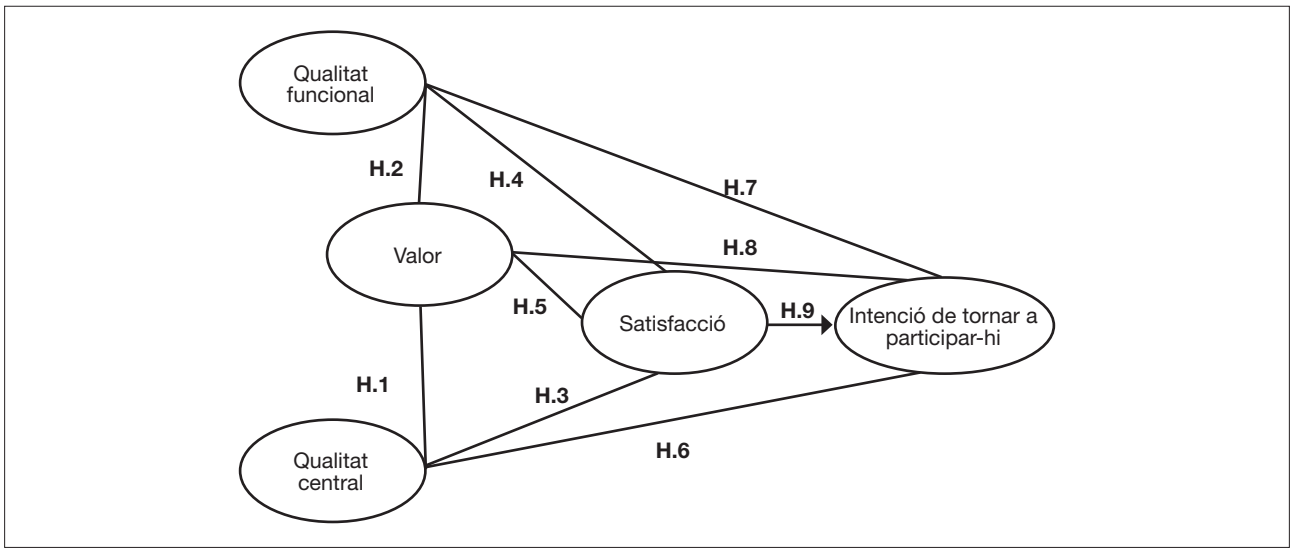

Figura 1
Model proposat per a anàlisi.

Metodologia

Participants i Mostra

Un total de 866 participants d'una cursa popular de 21 km van participar en aquest treball, dels quals un 84.4 % eren homes. L'edat mitjana va ser de 41.63 ± 9.27 anys. La majoria van afirmar que tenien estudis superiors (66.3 %), i un 89.9 % de persones van afirmar que treballaven. Vivia en parella el 77.2 %. Més de la meitat, 54.6 %, havia participat anteriorment en aquesta cursa, mentre que el 77.8 % es declarava corredor freqüent d'aquest tipus de curses. Només el 8.1% tenia llicència federativa.

Mesures

Per a la realització d'aquest treball s'ha utilitzat una escala multiítem (Taula 1). En primer lloc, per mesurar la qualitat funcional de la cursa, es van utilitzar 14 ítems del qüestionari proposat per Angosto-Sánchez et al. (2016). Per mesurar la qualitat del resultat percebut pel corredor després de la realització de la cursa, es van proposar tres ítems. El valor percebut es va mesurar a través d'un sol ítem utilitzat i la satisfacció es va mesurar amb tres ítems, tots ells de l'instrument EPOD2 (Nuviala et al., 2013). Es van utilitzar tres ítems per mesurar la intenció de tornar a participar en la prova.

Les persones enquestades van rebre instruccions per valorar el grau d'acord amb cada ítem, utilitzant una escala Likert de set punts que va des de molt en desacord (1) fins a molt d'acord (7). A les escales se'ls van afegir diverses preguntes sociodemogràfiques com ara edat, gènere, estudis, freqüència de pràctica setmanal i experiència en proves d'aquest tipus.

Procediment

El treball compta amb el consentiment de la Comissió Ètica de la Universitat Pablo de Olavide. Les persones responsables de les organitzacions participants en l'estudi van ser informades dels objectius i propòsits de la recerca. La recerca es va dur a terme després d'obtenir l'aprovació de l'organització. El disseny de l'estudi és considerat en tot el marc legal espanyol (Llei orgànica 3/2018). Es va obtenir el consentiment informat dels i les participants en l'estudi abans de fer el treball de camp. A continuació, es va dur a terme mitjançant el qüestionari autoadministrat en presència d'una persona de l'equip investigador. El temps dedicat a completar els qüestionaris va ser d'aproximadament 10 minuts.

Taula 1
Estadístics descriptius de l'instrument.

Constructe	Ítems	Mitjana	Desv. típ.	Pes factorial
Qualitat funcional	El personal de l'organització està disposat a ajudar/donar consells.	5.19	1.14	.731
	Els voluntaris atenen amb amabilitat.	5.52	0.91	.648
	La cursa compta amb una bona promoció i difusió, que aporta prou informació pràctica sobre aquesta.	4.75	1.30	.695
	Durant l'esdeveniment es dona informació clara i precisa per conèixer el desenvolupament de la competició.	4.94	1.24	.753
	Ha estat senzill fer la inscripció.	5.20	1.18	.544
	Els resultats i el pòdium són visibles per tots els espectadors.	4.53	1.41	.588
	El recorregut de la cursa disposa de prou punts d'avituallament i són adequats.	5.30	1.18	.583
	La bossa del corredor és adequada i completa.	4.38	1.46	.537
	La cursa compta amb prou serveis de suport (banys, vestidors, guarda-roba, zones de massatges, estands, etc.).	4.21	1.54	.643
	A prop de la sortida/meta de la cursa hi ha llocs de fàcil accessibilitat comercial (cafeteries, bars...).	5.27	0.96	.610
	La senyalització de l'esdeveniment permet arribar fàcilment al seu lloc d'inici.	4.98	1.24	.693
	Hi ha prou aparcament a prop de la zona d'inici o d'arribada de la cursa.	3.79	1.63	.573
	Els elements materials que utilitza l'esdeveniment són visualment atractius (pancartes, tanques, sortida, meta, recorregut...).	4.97	1.09	.772
	El recorregut de la cursa està ben senyalitzat i és segur.	5.19	1.10	.649

Taula 1 (Continuació)
Estadístics descriptius de l'instrument.

Constructe	Ítems	Mitjana	Desv. típ.	Pes factorial
Qualitat central	Ha demostrat un alt nivell de preparació per fer la prova.	4.37	1.14	.793
	Ha aconseguit un bon resultat en la cursa en funció de la seva preparació.	4.69	1.20	.857
	Va gaudir corrent la prova.	5.44	0.98	.768
Satisfacció	Haver triat fer aquesta prova ha estat una bona decisió.	5.48	0.93	.972
	Va ser una bona decisió córrer la mitja marató de Granada.	5.53	0.89	.982
	Em complau haver-me inscrit en aquesta prova.	5.51	0.91	.972
Intenció de tornar a participar-hi	Tinc intenció de continuar assistint a més proves que se celebrin a Granada.	5.39	1.049	.825
	Recomanaré l'assistència a la mitja marató de Granada als meus amics i familiars.	5.57	.933	.919
	Si tingués l'oportunitat d'assistir a la mitja marató de Granada repetiria l'experiència.	5.54	1.021	.926
Valor	En general, crec que assistir a la mitja marató compensa el que he pagat.	5.36	0.96	----

Anàlisi de Dades

Es van fer diverses proves exploratòries com ara mitjanes, desviació típica, càrrega factorial i prova T. Les correlacions entre constructes es van calcular posteriorment, així com l'alfa de Cronbach, la variància mitjana extreta (AVE) i la fiabilitat composta (FC). Es va calcular el biaix de mètode comú mitjançant el Test de Factor Únic d'Harman. Tot això es va fer amb el programari SPSS.22. Els valors acceptables per a l'alfa de Cronbach se situen entorn de .70 i els valors entre .80 i .90 es consideren correctes. En el cas de la FC, els resultats han de tenir un valor superior a .6, i per a AVE han de ser superiors a .5 (Hair et al., 2006). Podsakoff et al. (2003) assenyalen que un percentatge de variància total inferior al 50% indica que el biaix de mètode comú no afecta de manera significativa els resultats de l'estudi.

Amb el programa AMOS.22 es va fer una anàlisi factorial confirmatòria del model i una anàlisi multigrup. Es va comprovar l'ajustament del model per a cada grup per separat (població total, model 0; corredors masculins, model 0a; corredores femenines, model 0b). A continuació, es va observar la variació del model entre els grups. Es va utilitzar el mètode de màxima versemblança. L'ajustament de cada model es va avaluar mitjançant l'examen de diversos índexs. Es va utilitzar l'índex Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA), Comparative Fit Index (CFI), Akaike Information Criterion (AIC) i Expected Cross-Validation Index (ECVI). Així mateix, es va utilitzar el valor de la raó de la khi quadrat (CMIN) i el valor de la khi quadrat partit pels graus de llibertat (CMIN/DF). Valors de RMSEA < .08 indicarien un ajustament acceptable, o valors ≤ .05 indicarien un bon ajustament. En el cas de CFI ≥ .95, són considerats acceptables. Valors més baixos de l'índex AIC i d'ECVI signifiquen un millor ajustament del model. Pel que es fa als valors del quocient entre $\chi 2$ i els DF, un model considerat perfecte tindria un valor d'1.00, i ràtios per sota de 2.00 es consideraran pròpies d'un molt bon ajustament del model, mentre que els valors per sota de 3.00 són considerats acceptables (Schermelleh-Engel et al., 2003). La invariabilitat del mesurament entre grups es va valorar mitjançant la prova de $\Delta\chi 2$ i les recomanacions de Chen (2007), segons les quals valors de tall de ΔCFI ≤ .01 i ΔRMSEA ≤.015 significarien la no existència de diferències entre els models. Finalment, es van calcular els coeficients de regressió estandarditzats per a les relacions i les ràtios crítiques per estimar les diferències de grup utilitzant AMOS.

Resultats

Com es pot veure a la Taula 2, la qualitat funcional ha estat valorada de manera positiva, i les dones són les que han mostrat una valoració més positiva que els homes. La resta de constructes també han estat valorats de manera positiva, sense que hi hagi diferències en funció del gènere. Ha estat el constructe "satisfacció" el que ha obtingut la millor valoració, seguit pels constructes "intenció de tornar a participar-hi" i "valor" (Taula 2).

Els resultats de l'anàlisi factorial exploratòria expliquen el 38.99% de la variància total, que indica que el biaix de mètode comú no va afectar de manera significativa els resultats de l'estudi. A continuació, es va valorar la consistència interna, que es va mesurar amb l'alfa de Cronbach, i es van obtenir valors correctes. El càlcul de FC i AVE va presentar valors acceptables. La validesa discriminant de les dades es va constatar mitjançant el càlcul de la matriu de correlacions entre els factors, i es va constatar una correlació significativa i positiva entre els factors que componen l'estudi (Taula 2).

Taula 2
Mitjana i desviació típica. Prova T i nivell de significació. Correlació entre constructes, alfa de Cronbach en la diagonal, AVE i FC.

	Total	Corredors	Corredores	1	2	3	4	5	AVE	FC
1. Qualitat funcional	4.87 ± 0.80	4.83 ± 0.79**	5.06 ± 0.80**	(.886)	.392**	.588**	.573**	.580**	.52	.90
2. Qualitat central	4.83 ± 0.89	4.83 ± 0.91	4.85 ± 0.83		(.731)	.498**	.437**	.425**	.65	.84
3. Satisfacció	5.50 ± 0.89	5.50 ± 0.86	5.51 ± 0.99			(.974)	.795**	.771**	.95	.98
4. Intenció de tornar a participar	5.49 ± 0.89	5.49 ± 0.87	5.50 ± 0.96				(.866)	.670**	.79	.92
5. Valor	5.36 ± 0.96	5.35 ± 0.95	5.44 ± 1.03					-	-	-

Nota: (**) $p < .01$.

Per esbrinar les relacions entre els constructes, i les possibles diferències que hi pugui haver en funció del gènere, s'ha comprovat en primer lloc la validesa del model. S'observa, a la Taula 3, que els índexs d'ajustament del model analitzat presenten uns índexs correctes per al total dels corredors (model 0), per a corredors (model 0a) i per a corredores (model 0b).

La validesa de l'estructura factorial del model és correcte, ja que els índexs de bondat d'ajustament són acceptables per al total de participants (Taula 3). Una vegada comprovat que el model és correcte, i per comparar el model en funció del gènere dels i les participants, és necessari fer proves d'invariància factorial. Si es considera la diferència en $\chi2$ entre el model sense restriccions (model 1) i la resta de models en els dos grups de participants, no s'observa l'existència de diferències significatives, excepte amb el model 5. Al contrari, sí que s'observen diferències en comparar els models 2, 3, 4 i 5 entre sí. Les diferències en $\chi2$ no permeten acceptar la hipòtesi d'invariància, però la resta d'índexs contradiuen aquesta conclusió. En observar el valor de CFI i RMSEA en els models, es pot apreciar que tots presenten valors molt similars, amb una diferència inferior a .01 i .015, respectivament, fet que suggereix la invariància factorial del model per a l'estudi en funció del gènere dels corredors i corredores (Taula 3).

Taula 3
Estadístiques d'ajustament per als models. Comparacions de condicions mitjançant procediments d'invariància de mesurament.

Índexs de bondat d'ajustament i comparacions de models per a models provats							
Model	CMIN	DF	CMIN/DF	CFI	RMSEA	ECVI	AIC
0	463.269	240	1.930	.959	.050	1.594	583.269
0a	463.095	240	1.930	.954	.053	1.762	583.095
0b	299.156	240	1.246	.958	.054	4.990	419.156
1	806.332	480	1.680	.953	.038	2.250	1046.332
2	834.803	501	1.666	.952	.038	2.221	1032.803
3	844.630	507	1.666	.952	.038	2.216	1030.630
4	848.113	511	1.660	.952	.038	2.207	1026.113
5	900.382	540	1.667	.948	.038	2.194	1020.382

Comparació de condicions mitjançant procediments d'invariància de mesurament						
	Model	Dif. DF	Dif. CMIN	*p*	Dif. CFI	Dif. RMSEA
Suposant que el model 1 sigui correcte	2	21	28.471	.127	.001	.000
	3	27	38.298	.073	.001	.000
	4	31	41.781	.094	.001	.000
	5	60	94.050	.003	.004	.000
Assumint que el model 2 sigui correcte	3	6	9.827	.019	.000	.000
	4	10	13.310	.000	.000	.000
	5	39	65.579	.000	.006	.000
Assumint que el model 3 sigui correcte	4	4	3.483	.001	.000	.000
	5	33	55.752	.000	.004	.000
Assumint que el model 4 sigui correcte	5	29	52.269	.005	.004	.000

Nota: Model 0, total corredors; model 0a, corredors masculins; model 0b, corredores femenines; model 1, indica que no hi ha paràmetres restringits a ser iguals en tots els grups; model 2, càrregues factorials restringides a ser iguals; model 3, pesos estructurals observats i càrregues factorials restringides a ser iguals; model 4, covariàncies estructurals observades, pesos estructurals i càrregues factorials restringides a ser iguals; model 5, residus estructurals observats, covariàncies estructurals, pesos estructurals i càrregues factorials restringides a ser iguals. Dif. CMIN, diferència entre el model i els altres models; Dif. DF. diferència entre el model i els altres models; p, nivell de significança entre models.

Taula 4
Comparació d'estimacions de paràmetres estandarditzats d'efectes directes i indirectes de l'equació estructural usuaris totals i modelització respecte al gènere.

				Total corredors		Corredors		Corredores		Corredors masculins versus corredores femenines
				Efectes Directes	Efectes Indirectes	Efectes Directes	Efectes Indirectes	Efectes Directes	Efectes Indirectes	
Hipòtesi				Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	z-score
H.1.	Valor	←	OQ	.375**		.418**		.173		-.518
H.2.	Valor	←	FQ	.532**		.494**		.687**		.764
H.3.	Satisfacció	←	OQ	.327**		.353**		.253*		.665
H.4.	Satisfacció	←	FQ	.258**		.239**		.375**		.887
H.5.	Satisfacció	←	Valor	.482**		.460**		.514**		.672
H.6.	Tornar	←	OQ	.079	.375**	.119*	.392**	-.111	.248*	-1.156
H.7.	Tornar	←	FQ	.158**	.386**	.150**	.340**	.248*	.531**	.629
H.8.	Tornar	←	Valor	.042	.340**	.037	.317**	.008	.371**	-.204
H.9.	Tornar	←	Satisfacció	.706**		.690**		.722**		.295

Nota: $^{**}p < .01$; $^{*}p < .05$ FQ = Qualitat funcional; OQ = Qualitat central; Tornar = Intenció de tornar a participar-hi

Els resultats que apareixen a la Taula 4 mostren que qualitat funcional i qualitat central són antecedents directes del valor i la satisfacció en el total dels participants, així com en el grup de corredors i en el de corredores. Igualment, es pot observar que el valor és un antecedent directe de la satisfacció en el total de la mostra, així com en els dos grups. Tenir la intenció de tornar a participar en la cursa té com a antecedent directe la qualitat funcional en el total de participants i en els dos grups de corredors en funció del gènere. La qualitat central només té relació directa en el grup de corredors masculins. La satisfacció sí que és antecedent directe en tots els grups en la intenció de participar novament. Pel que fa a relacions indirectes, la qualitat funcional, la qualitat central i el valor són antecedents de la intenció de tornar a participar a través de la satisfacció en tots els grups de corredors. Com es pot veure a la Taula 4, no hi ha diferències significatives en aquestes relacions en funció del gènere dels participants en la prova.

Discussió

Aquest treball té per objecte estudiar la relació entre la qualitat, funcional i central, el valor i la satisfacció amb la intenció de tornar a participar en una cursa popular, observant les possibles diferències en funció del gènere. Aquestes dades són interessants per al personal investigador, perquè permeten conèixer la relació entre tots els constructes analitzats i observar la incidència que el gènere té en el model. De la mateixa manera, els resultats són interessants per a les persones responsables de l'organització d'aquests esdeveniments i per a les empreses turístiques, perquè permeten implementar estratègies de millora de la mateixa prova esportiva, així com de l'activitat turística, la qual cosa podria originar un increment de la satisfacció i en la lleialtat a la prova, que es traduiria en un augment dels beneficis de qualsevol tipus que pugui comportar l'organització d'aquests esdeveniments.

Els resultats descriptius han mostrat una bona valoració general de l'esdeveniment i de la intenció de tornar a participar-hi, però és necessari saber com es relacionen els diferents constructes entre si, especialment l'efecte que la qualitat funcional i la qualitat de resultat, variables precursores de les intencions futures (Crespo-Hervás et al., 2019), puguin tenir en la satisfacció i la intenció futura de tornar a disputar la prova, la qual cosa convertiria l'esdeveniment esportiu en una eina que promou el turisme i, amb això, el desenvolupament econòmic i social de la ciutat que l'allotja.

La concepció de la qualitat proposada per Grönroos (1984) és la que ha guiat la proposta del model posat a anàlisi en aquest treball. En primer lloc, s'ha observat com la qualitat central és precursora del valor i la satisfacció, sense que hi hagi diferències en funció del gènere, per la qual cosa es confirmen les hipòtesis 1 i 3. De la mateixa manera, la qualitat funcional és precursora del valor i de la satisfacció en participants de curses populars, sense que hi hagi diferències entre corredors i corredores, per la qual cosa es poden confirmar les hipòtesis 2 i 4. És interessant esmentar que la qualitat funcional té un valor beta més gran que el que presenta la qualitat central a l'hora de predir el valor. Aquest resultat és important ja que el valor, entès com

una avaluació dels sacrificis i les recompenses obtinguts, té una gran incidència en la satisfacció (Crespo-Hervás et al., 2019) i és un factor en el qual els responsables de la gestió de l'esdeveniment turístic esportiu poden treballar.

De la mateixa manera, és necessari destacar que la qualitat central presenta un valor beta superior en relació amb la satisfacció que el que presenta la qualitat funcional. Resultat que es pot explicar pel fet que la satisfacció s'entén com un resum de l'avaluació de les experiències del servei rebut i que, seguint Yoshida (2017), per a participants en esdeveniments esportius està relacionat amb el rendiment esportiu obtingut.

La hipòtesi 5 també es va poder confirmar en mostrar-se el valor com a predecessor de la satisfacció, sense que apareguessin diferències en funció del gènere. Resultats similars s'han obtingut en altres estudis sobre serveis esportius (Haro-González et al., 2018; Theodorakis et al., 2014).

Els resultats avalen la sisena de les hipòtesis. Els resultats no han reflectit una relació directa entre aquests constructes i sí indirecta a través de la satisfacció. La qualitat central és un precursor del valor i la satisfacció en participants d'aquest tipus d'esdeveniments. És per això que les persones responsables han d'incrementar la qualitat central entre participants, bé sigui adaptant la prova a diferents nivells, o a través de la millora de l'entrenament, amb consells en els diferents mitjans de comunicació que l'organització utilitzi, ja que la comunicació és una eina molt important en la valoració i lleialtat de persones usuàries de serveis esportius (Fernández-Martínez et al., 2020b). No han aparegut diferències significatives en funció del gènere, per la qual cosa les estratègies que s'utilitzin, *a priori*, poden tenir el mateix efecte.

La qualitat funcional, per la seva banda, és un antecedent de la intenció de tornar a participar-hi, sense que hi hagi cap distinció en funció del gènere. En la literatura, apareixen treballs que avalen aquesta idea (Cabello-Manrique et al., 2021; Calabuig-Moreno et al., 2016; Theodorakis et al., 2013), si bé es tractava d'assistents a esdeveniments esportius i no de practicants. Per tant, a partir d'aquests resultats, es pot confirmar la hipòtesi 7, segons la qual la qualitat funcional és un antecedent de la intenció de tornar a participar-hi.

El valor no presenta una relació directa amb la intenció de tornar a participar-hi (hipòtesi 8), però sí indirecta a través de la satisfacció. El resultat pot ser a causa que el valor és un concepte altament subjectiu, que comprèn elements tant cognitius com afectius (Cabello-Manrique et al., 2021), fet que pot condicionar aquesta relació. Sigui com sigui, la literatura ha posat de manifest la importància d'aquesta dimensió en les intencions futures dels usuaris (Crespo-Hervás et al., 2019), per la qual cosa millorar-ne la valoració té un efecte en les intencions futures en general i en particular de tornar a participar-hi.

Respecte a la hipòtesi 9, aquesta ha estat confirmada pels resultats obtinguts en aquest treball. La satisfacció, com queda expressat en diversos treballs (Cabello-Manrique et al., 2021; Theodorakis et al., 2014), afecta positivament la intenció en diferents tipus de serveis, entre els quals es troben els turístics i els esportius, actuant com a mediador entre diferents constructes (Vegara-Ferri et al., 2020). L'adquisició d'experiències positives, satisfacció, està molt relacionada amb la intenció de continuar practicant i de repetir experiències similars (Diloy-Peña et al., 2021). Per tant, el seu augment suposa un increment en la intenció de tornar a participar-hi. Els resultats obtinguts no presenten diferències en funció del gènere i estableixen línies estratègiques a seguir per les persones organitzadores dels esdeveniments turístics esportius, com són millorar la qualitat funcional i la qualitat de resultat com a precursors primaris de la satisfacció, ja que la satisfacció és condicionada per factors d'índole diversa (Doña-Toledo et al., 2019).

Conclusions

Els resultats d'aquest estudi van indicar que hi ha una relació directa i significativa entre la qualitat funcional i la qualitat de resultat com a antecedents del valor percebut i la satisfacció per part dels i les participants de proves populars, sense diferències entre gèneres. La satisfacció s'ha trobat com un antecedent directe de la intenció de tornar a participar-hi. Resultats que posen de relleu la importància que la gestió de la qualitat té en turistes esportius que participen en esdeveniments de petita escala. Destaca com a principal aplicació per als organitzadors d'aquest tipus d'esdeveniments turisticoesportius la necessitat de dedicar prou recursos per assolir els nivells òptims de qualitat funcional.

Dins de les possibles línies futures de recerca es pot destacar la realització d'estudis que incloguin variables relacionades amb el resultat esportiu, aspectes econòmics o motivacionals. De la mateixa manera, es podria crear una línia de treballs amb metodologia quasiexperimental.

Com a limitació més important es pot destacar que s'ha dut a terme una cerca de diferències entre gèneres, en què el grup de corredores era un percentatge considerablement inferior al de corredors. A més, s'ha de tenir en compte que els resultats només estan referits a una cursa.

Referències

Angosto-Sánchez, S., López-Gullón, J. M., & Díaz-Suárez, A. (2016). Participants' perceived quality in two editions of a popular race. *Intangible Capital*, *12*(3), 789-804. http://dx.doi.org/10.3926/ic.782

Bazzanella, F. (2019). Perceptions and Role of Tourist Destination Residents Compared to Other Event Stakeholders in a Small-Scale Sports Event. The Case of the FIS World Junior Alpine Ski Championships 2019 in Val di Fassa. *Sustainability*, *11*(24), 6909. https://doi.org/10.3390/SU11246909

Berber, U., & Mollaoğulları, H. (2020). The effect of servicequality on satisfaction of athletes participating in sport programmes. *European Journal of Physical Education and Sport Science, 6*(1), 1-11. https://doi.org/10.5281/zenodo.3609298

Cabello-Manrique, D., Nuviala, R., Pappous, A., Puga-González, E., & Nuviala, A. (2021). The Mediation of Emotions in Sport Events: A Case Study in Badminton. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, *45*(4), 591-609. https://doi.org/10.1177/1096348020950813

Calabuig-Moreno, F., Crespo-Hervas, J., Nunez-Pomar, J., Valantinė, I., & Staškevičiūtė-Butienė, I. (2016). Role of perceived value and emotions in the satisfaction and future intentions of spectators in sporting events. *Engineering Economics*, *27*(2), 221-229. https://doi.org/10.5755/j01.ee.27.2.12288

Castillo, A., Onetti, W., & Chinchilla, J. L. (2019). Perceived Quality in Sports Centers in Southern Spain: A Case Study. *Sustainability, 11*(14), 39-83. https://doi.org/10.3390/su11143983

Chen, F. F. (2007). Sensitivity of goodness of fit indexes to lack of measurement invariance. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, *14*(3), 464-504. https://doi.org/10.1080/10705510701301834

Crespo-Hervás, J., Calabuig-Moreno, F., Prado-Gascó, V., Añó-Sanz, V., & Núñez-Pomar, J. (2019). The role of passion in the quality-value-satisfaction-intentions chain: Linear models and the QCA approach for athletes. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, *32*(1), 352-369. https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1553683

Diloy-Peña, S., García-González, L., Sevil-Serrano, J., Sanz-Remacha, M., & Abós, A. (2021). Motivational Teaching Style in Physical Education: How does it affect students' experiences? *Apunts Educación Física y Deportes, 144*, 44-51. https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2021/2).144.06

Doña-Toledo, L., Doña-Toledo, J., Velicia-Martín, F., & López-Rodríguez, S. (2019). Values Associated with Satisfaction with Physical Activity in the Adolescent Population. *Apunts Educación Física y Deportes*, *138*, 95-110. https://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2019/4).138.08

Eskiler, E., & Altunışık, R. (2021). The Moderating Effect of Involvement in the Relationship Between Customer Behavioral Intentions and Its Antecedents. *SAGE Open*, *11*(2), 21582440211014496. https://doi.org/10.1177/21582440211014495

Fernández-Martínez, A., Haro-González, M., Nuviala, R., Pérez-Ordás, R., & Nuviala, A. (2020a). Women and physical activity in fitness centres. Analysis of future intentions and their relationship with age. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *17*(15), 5289. https://doi.org/10.3390/ijerph17155289

Fernández-Martínez, A., Pérez-Ordás, R., Nuviala, R., Aznar, M., Porcel-Gálvez, A. M., & Nuviala, A. (2020b). Communication as a strategy to promote sports and health activities designed for adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *17*(13), 4861. https://doi.org/10.3390/ijerph17134861

Fernández-Martínez, A., Tamayo-Fajardo, J. A., Nuviala, R., Cabello-Manrique, D., & Nuviala, A. (2021). The management of major sporting events as an antecedent to having the city recommended. *Journal of Destination Marketing & Management*, *19*, 100528. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100528

Foroughi, B., Iranmanesh, M., Gholipour, H. F., & Hyun, S. H. S. (2019). Examining relationships among process quality, outcome quality, delight, satisfaction and behavioural intentions in fitness centres in Malaysia. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, *20*(3), 374-389. https://doi.org/10.1108/IJSMS-08-2018-0078

García-Fernández, J., Grimaldi, M., Gómez, R., & Bernal, A. (2016). Calidad y valor en centros fitness low-cost: diferencia según característica de los clientes. *Revista Intercontinental de Gestión Desportiva, 6*(1), 63-72.

Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*. https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Haro-González, M., Pérez-Ordás, R., Grao-Cruces, A., Nuviala, R., & Nuviala, A. (2018). Female users of unisex fitness centres and of fitness centres exclusive for women: Satisfaction. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, *19(4)*, 384-395. https://doi.org/10.1108/IJSMS-08-2016-0044

León, J., García, J., & Burillo, P. (2020). Service Perceptions in Fitness Centers: IPA Approach by Gender and Age. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*(8), 28-44. https://doi.org/10.3390/ijerph17082844

Nuviala, A., Grao-Cruces, A., Tamayo, J., Nuviala, R., Álvarez, J., & Fernández-Martínez, A. (2013). Diseño y análisis del cuestionario de valoración de servicios deportivos (EPOD2). *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte/International Journal of Medicine and Science of Physical Activity and Sport*, *13*(51), 419-436.

Nuviala, R., Pérez-Ordás, R., Morán-Gámez, G., & Falcón-Miguel, D. (2021). Incidence of gender and age on the quality, satisfaction and perceived value of users of organized sports activities. *Retos*, *42*, 37-46. https://doi.org/10.47197/RETOS.V42I0.83480

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology*, *88*(5), 879. https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879

Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research, 8*(2), 23–74.

Theodorakis, N. D., Alexandris, K., Tsigilis, N., & Karvounis, S. (2013). Predicting spectators' behavioural intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. *Sport management review*, *16*(1), 85-96. https://doi.org/10.1016/j.smr.2012.05.004

Theodorakis, N. D., Howat, G., Ko, Y. J., & Avourdiadou, S. (2014). A comparison of service evaluation models in the context of sport and fitness centres in Greece. *Managing Leisure*, *19*(1), 18-35. https://doi.org/10.1080/13606719.2013.849505

Vegara-Ferri, J. M., López-Gullón, J. M., Valantine, I., Díaz Suárez, A., & Angosto, S. (2020). Factors Influencing the Tourist's Future Intentions in Small-Scale Sports Events. *Sustainability*, *12*(19), 8103. https://doi.org/10.3390/su12198103

Watanabe, Y., Gilbert, C., Aman, M. S., & Zhang, J. J. (2018). Attracting international spectators to a sport event held in Asia: The case of Formula One Petronas Malaysia Grand Prix. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. https://doi.org/10.1108/IJSMS-08-2017-0077

Yoshida, M. (2017). Consumer experience quality: A review and extension of the sport management literature. *Sport Management Review*, *20*(5), 427-442. https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.01.002

Conflicte d'interessos: les autories no han comunicat cap conflicte d'interessos.

© Copyright Generalitat de Catalunya (INEFC). Aquest article està disponible a l'URL https://www.revista-apunts.com/ca/. Aquest treball està publicat sota una llicència Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License. Les imatges o qualsevol altre material de tercers d'aquest article estan inclosos a la llicència Creative Commons de l'article, tret que s'indiqui el contrari a la línia de crèdit; si el material no s'inclou sota la llicència Creative Commons, els usuaris hauran d'obtenir el permís del titular de la llicència per reproduir el material. Per veure una còpia d'aquesta llicència, visiteu https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.ca