

**UNIVERSIDADE DO ALGARVE  
FACULDADE DE ECONOMIA**

**A ANÁLISE DA MOTIVAÇÃO, QUALIDADE  
PERCEBIDA, SATISFAÇÃO E VALOR PERCEBIDO DOS  
UTENTES DOS SERVIÇOS DESPORTIVOS DA  
UNIVERSIDADE DO ALGARVE**

**JOSÉ LEANDRO NÓBREGA SÁ**

Mestrado em Gestão Empresarial

2013

UNIVERSIDADE DO ALGARVE  
FACULDADE DE ECONOMIA

**A ANÁLISE DA MOTIVAÇÃO, QUALIDADE  
PERCEBIDA, SATISFAÇÃO E VALOR PERCEBIDO DOS  
UTENTES DOS SERVIÇOS DESPORTIVOS DA  
UNIVERSIDADE DO ALGARVE**

JOSÉ LEANDRO NÓBREGA SÁ

Mestrado em Gestão Empresarial

Dissertação orientada por:

Professor Doutor Alberto Nuviala, Universidad Pablo de Olavide

Mestre Elsa Cristina Sacramento Pereira, Universidade do

Algarve

2013

**A análise da motivação, qualidade percebida, satisfação e valor percebido dos  
utentes dos serviços desportivos da Universidade do Algarve**

“Declaração de autoria do trabalho”

“Declaro ser o autor deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referência incluída”

---

(José Leandro Nóbrega Sá)

“*Copyright*”

“A Universidade do Algarve tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de adquirir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.”

## AGRADECIMENTOS

O percurso foi longo, solitário e sinuoso, pelas envolvências e experiências vividas. Não conseguiria apresentar o trabalho realizado sem relevar todos aqueles que contribuíram para o sucesso do processo que agora finda. A todos os envolvidos os meus sinceros agradecimentos, em especial:

À professora Elsa Pereira e professor Alberto Nuviala, orientadores deste trabalho, pelo apoio, pelo acreditar, pelo espicaçar. Sem a sua ajuda, nunca teria sido possível concluir o trabalho.

A “*nuestros hermanos*” Rosário e Alberto Grau e companheiros pelo desafio, pela disponibilidade e compreensão, designadamente no tratamento estatístico dos dados.

Aos colegas Marco e Jorge, pela amizade e camaradagem. Aos restantes amigos, que sabem quem são pelo companheirismo e por serem a minha segunda família. Fazem parte desta etapa e continuarão a fazer das próximas.

Às minhas entidades patronais, que sempre colaboraram e acreditaram no processo e trabalho desenvolvido.

Finalmente o meu grande obrigado para aqueles que embora longe, acreditaram e sempre estiveram do outro lado com aquela palavra de apoio. Margarida, Cláudia, Isabel e Pai, são vocês que iluminam a minha vontade de vencer e crescer.

Obrigado Mãe.

*"Vivo pensando em ti  
Para te poder abraçar  
Sofrendo por ti  
Não deixes este amor terminar. "*

## RESUMO

A importância da motivação para a prática desportiva, a qualidade percebida, a satisfação e o valor percebido dos utentes com os serviços que lhes são prestados é incontestável, sendo cada vez mais considerado um direito adquirido e exigido por quem procura um serviço, assumindo cada vez mais importância para quem presta esse serviço. Desta forma a evolução da gestão desportiva nesta área é uma necessidade real para os gestores das atividades desportivas.

Ao longo dos tempos foram apresentados diversos instrumentos com o objetivo de medir os motivos que induzem à prática desportiva, avaliar a qualidade percebida, a satisfação e o valor percebido pelos utentes, no entanto estas mesmas têm vindo a ser criticadas devido às suas limitações, principalmente de âmbito conceptual. A revisão da literatura permite-nos constatar que o MPAM-R e EPOD2 são ferramentas extremamente válidas para avaliar os fatores referidos, fornecendo às organizações desportivas dados válidos, confiáveis, simples e breves

Tendo por campo de estudo, atuais e antigos utentes dos serviços desportivos desenvolvidos na Universidade do Algarve, sob a égide do Gabinete de Desporto da Associação Académica da Universidade do Algarve, a amostra foi constituída por 289 utentes que acederam a responder ao inquérito criado para o efeito, tendo nesta sequência proporcionado resultados que mostram uma boa validade interna e externa, aliado a um alto nível de fiabilidade.

**Palavra-chave:** Perceção; Serviços desportivos; Qualidade, MPAM-R; EPOD2, Gestão.

## **ABSTRACT**

The importance of motivation for sport, perceived quality, satisfaction and perceived value of users with the services provided to them is undeniable, being increasingly considered for granted and required for those seeking a service and increasingly assuming importance to anyone who provides this service. The evolution of sports management in this area is a real need for managers of sport activities.

Throughout the ages many instruments were presented with the aim of measuring the reasons that induce the sport, evaluate the perceived quality, satisfaction and perceived value by users, however these same have been criticized mainly because of its limitations in scope conceptual. The literature review allows us to conclude that the MPAM-R and EPOD2 are extremely valid tools to assess the factors above, providing sports organizations with valid, reliable, simple and really brief information.

Having a field study of current and former users of sports services developed at the University of Algarve, under the aegis of the Sports Office of the Students Union, the sample consisted of 290 clients who agreed to answer the survey created for this purpose. This sequence provided results that show a good internal and external validity, coupled with a high level of reliability.

**Keyword:** Perceived; Sport services; Quality, MPAM-R, EPOD2, Management.

## ÍNDICE GERAL

	Página
AGRADECIMENTOS .....	II
RESUMO.....	III
ABSTRACT.....	IV
ÍNDICE GERAL.....	V
LISTA DE FIGURAS.....	VIII
LISTA DE TABELAS.....	IX
LISTA DE ABREVIATURAS .....	XII
Capítulo I – INTRODUÇÃO .....	1
1. Apresentação da investigação .....	1
Capítulo II – DESPORTO, MOTIVAÇÃO, SERVIÇOS DESPORTIVOS, QUALIDADE, QUALIDADE PERCEBIDA, SATISFAÇÃO E VALOR PERCEBIDO .....	4
1. Do desporto para a motivação para a prática. ....	4
2. A implicância da qualidade, satisfação e valor percebido nos serviços desportivos	7
3. A análise da qualidade nos serviços desportivos .....	10
3.1. As dimensões da qualidade percebida.....	11
3.2. Importância de medir a qualidade .....	12
4. Da qualidade para a satisfação .....	13
5. Relação qualidade, satisfação e valor.....	16
6. Relação entre qualidade e motivação .....	19
7. Análise do questionário de valorização de serviços desportivos (EPOD2) .....	19
Capítulo III - METODOLOGIA.....	21
1. Objetivos .....	21
2. Instrumentos de recolha .....	21
2.1. Motivos de prática (MPAM-R).....	22
2.2. Questionário EPOD2.....	22
2.3. Adaptação do questionário .....	23
3. População do estudo.....	25
3.1. Caracterização geral do Gabinete de Desporto da Associação Académica da Universidade do Algarve.....	25
3.2. Caraterização da amostra .....	28
4. Procedimento para análise dos dados.....	32

Capítulo IV - APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....	36
1. Análise dos Resultados .....	36
2. Validação <i>MPAM-R</i> .....	37
2.1. Motivos para prática de atividade física em função da variável sexo.....	39
2.2. Motivos para prática de atividade física em função da variável idade .....	39
2.3. Motivos para prática de atividade física em função da variável categoria de utente.....	40
2.4. Motivos para prática de atividade física em função da variável habilitações literárias.....	41
2.5. Motivos para prática de atividade física em função da variável atividade .....	43
2.6. Motivos para prática de atividade física em função da variável frequência semanal de prática.....	43
2.7. Motivos para prática de atividade física em função da variável tempo médio de prática diário.....	44
3. Validação EPOD2: Qualidade percebida .....	45
3.1. Qualidade percebida em função da variável sexo. ....	48
3.2. Qualidade percebida em função da variável idade.....	49
3.3. Qualidade percebida em função da variável categoria de utente .....	50
3.4. Qualidade percebida em função da variável habilitações literárias .....	51
3.5. Qualidade percebida em função da variável categoria atividade .....	52
3.6. Qualidade percebida em função da variável categoria frequência semanal de prática.....	53
3.7. Qualidade percebida em função da variável categoria tempo médio de prática diário .....	54
3.8. Relação entre qualidade percebida, satisfação e valor percebido .....	55
4. Validação EPOD2: Satisfação.....	56
4.1. Satisfação em função da variável sexo.....	57
4.2. Satisfação em função da variável idade .....	57
4.3. Satisfação em função da variável categoria de utente.....	58
4.4. Satisfação em função da variável habilitações literárias.....	58
4.5. Satisfação em função da variável atividade .....	59
4.6. Satisfação em função da variável frequência de prática desportiva.....	59
4.7. Satisfação em função da variável tempo médio de prática .....	59
4.8. Relação satisfação, dimensões da qualidade e valor percebido. ....	60
5. Valor percebido.....	60

5.1. Valor percebido em função da variável sexo .....	60
5.2. Valor percebido em função da variável idade.....	61
5.3. Valor percebido em função da categoria de utente .....	61
5.4. Valor percebido em função da variável habilitações literárias .....	61
5.5. Valor percebido em função da variável atividade.....	62
5.6. Valor percebido em função da variável frequência de prática desportiva .....	62
5.7. Valor percebido em função da variável tempo médio de prática desportiva .....	63
5.8. Relação entre valor percebido e dimensões da qualidade.....	63
Capítulo V – CONCLUSÕES.....	65
1. Síntese dos principais resultados.....	65
2. Recomendações para gestão.....	68
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	70
ANEXOS .....	1
APÊNDICES .....	5
APÊNDICE 1 – Questionário .....	6
APÊNDICE 2 – Análise fatorial exploratória para validação de MPAM-R para português.....	9
APÊNDICE 3 – Análise fatorial exploratória para validação de EPOD2 para português .....	13

## LISTA DE FIGURAS

	Página
<b>Figura 4.1</b> – Resultados MPAM-R .....	38
<b>Figura 4.2</b> – Resultados EPOD2: Qualidade .....	47
<b>Figura 4.3</b> – Resultados EPOD2: Satisfação .....	57

## LISTA DE TABELAS

	Página
<b>Tabela 2.1</b> – Classificações de serviço desportivo.....	9
<b>Tabela 3.1</b> – Listagem de locais para aplicação de questionários.....	24
<b>Tabela 3.2</b> – Modalidades coletivas e sexo das equipas desenvolvidas na estrutura desportiva do GDAAUALG .....	26
<b>Tabela 3.3</b> – Aulas de grupo desenvolvidas na estrutura desportiva do GDAAUALG .....	27
<b>Tabela 3.4</b> – Distribuição dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG por grupos de idade. ....	29
<b>Tabela 3.5</b> – Distribuição dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG por categorias .....	29
<b>Tabela 3.6</b> – Distribuição dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG por habilitações literárias, de acordo com a respetiva frequência de utilização do serviço	30
<b>Tabela 3.7</b> – Atividades desportivas praticadas utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG.....	30
<b>Tabela 3.8</b> – Atividades desportivas praticadas utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG agrupadas por categoria.....	31
<b>Tabela 3.9</b> – Frequência de prática desportiva dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG.....	32
<b>Tabela 4.1</b> – Motivos de prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG.....	39
<b>Tabela 4.2</b> – Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável sexo.....	39
<b>Tabela 4.3</b> – Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável idade. ....	40
<b>Tabela 4.4</b> – Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável categoria de utente.....	41
<b>Tabela 4.5</b> – Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável habilitações literárias.....	42
<b>Tabela 4.6</b> – Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável atividade. ....	43

<b>Tabela 4.7</b> – Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável frequência semanal de prática. .44	.44
<b>Tabela 4.8</b> – Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável tempo médio de prática diário. .45	.45
<b>Tabela 4.9</b> – KMO e prova de Bartlett.....46	46
<b>Tabela 4.10</b> – Qualidade percebida pelos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG .....48	48
<b>Tabela 4.11</b> – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável sexo.....48	48
<b>Tabela 4.12</b> – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável idade. ....49	49
<b>Tabela 4.13</b> – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável categoria de utente.....50	50
<b>Tabela 4.14</b> – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável habilitações literárias. ....51	51
<b>Tabela 4.15</b> – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável atividade. ....53	53
<b>Tabela 4.16</b> – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável frequência semanal de prática. ....53	53
<b>Tabela 4.17</b> – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável tempo médio de prática diário .....55	55
<b>Tabela 4.19</b> – Correlação qualidade percebida, satisfação, valor percebido e dimensões da qualidade. ....56	56
<b>Tabela 4.20</b> – KMO e prova de Bartlett.....56	56
<b>Tabela 4.21</b> – Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável sexo.....57	57
<b>Tabela 4.22</b> – Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável idade. ....58	58
<b>Tabela 4.23</b> – Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável categoria de utente.....58	58
<b>Tabela 4.24</b> – Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável habilitações literárias .....59	59
<b>Tabela 4.25</b> – Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável atividade .....59	59

<b>Tabela 4.26</b> – Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável frequência de prática .....	59
<b>Tabela 4.27</b> – Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável tempo médio de prática .....	60
<b>Tabela 4.28</b> – Correlação entre satisfação e dimensões da qualidade .....	60
<b>Tabela 4.29</b> – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável sexo. ....	61
<b>Tabela 4.30</b> – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável idade. ....	61
<b>Tabela 4.31</b> – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável categoria de utente... ..	61
<b>Tabela 4.32</b> – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável habilitações literárias. ....	62
<b>Tabela 4.33</b> – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável atividade. ....	62
<b>Tabela 4.34</b> – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável frequência de prática. ....	63
<b>Tabela 4.35</b> – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável categoria tempo médio de prática. ....	63
<b>Tabela 4.36</b> – Correlações entre valor percebido e dimensões da qualidade percebida .....	63

## LISTA DE ABREVIATURAS

AAUALG	Associação Académica da Universidade do Algarve
AMOS	<i>Asset Management Operating System</i>
CED	Carta Europeia do Desporto
DDJCMF	Divisão de Desporto da Câmara Municipal de Faro
FADU	Federação Académica de Desporto Universitário
GDAAUALG	Gabinete de Desporto da Associação Académica da Universidade do Algarve
GGD	Gabinete de Gestão Desportiva
SADUAL	Secção Académica de Desporto da Universidade do Algarve
SPSS	<i>Statistical Package for Social Sciences</i>
UALG	Universidade do Algarve

## **Capítulo I – INTRODUÇÃO**

Baseando o intuito da investigação na dimensão da gestão da qualidade, o contexto introdutório tem como sequência de informação a abordagem à temática, conciliando com os pressupostos programados, para posteriormente apresentar a estruturação do trabalho escrito.

### **1. Apresentação da investigação**

As evidências demonstram que a sociedade portuguesa apresenta altos níveis de sedentarismo (Bento, 1998; Mota, 1997). Na sequência da evolução social das últimas décadas, deparamo-nos, por outro lado, com um aumento dos tempos livres, através de uma redução do tempo de trabalho, do aumento do tempo de escolaridade, entre outros fatores. Uma das formas mais usuais de vivência dos tempos livres é o desporto, englobando, neste âmbito, o interesse passivo ou, noutra perspetiva, um interesse e participação ativo. Fruto dos fatores apontados acima, existe uma evolução para uma crescente procura de ocupação desses tempos livres (Mota,1997). Particularmente os serviços desportivos no contexto desportivo universitário são um dos exemplos das escolhas efetuadas por parte da comunidade envolvida neste meio.

O interesse na gestão da qualidade tem sido crescente, sendo o conceito aplicado a praticamente toda a unanimidade das organizações no sector de gestão (Mañas, Jiménez, Muyor, Martínez, & Moliner, 2008; Martínez & Martínez, 2008; Tsitskari, Tsiotras & Tsiotras, 2006). Extravasando o contexto generalizado e a quantidade e variedade de serviços existentes, no sector desportivo, Theodorakis, Kambitsis, Laios e Koustelios (2001) constataam que esta evolução reflete-se no aumento das exigências das pessoas que os procuram e assim como numa procura da qualidade por parte das entidades que fornecem o serviço, com vista a aumentar a satisfação dos clientes e a sua fidelização com os seus serviços. Medir as perceções dos utentes perante o serviço prestado tornou-se um fator extremamente relevante no que diz respeito à descrição da competitividade e fiabilidade das organizações e na sua atuação perante o mercado concorrencial (Mañas, et al., 2008).

O sucesso da atuação de uma organização desportiva poderá depender do nível apresentado e de que forma a entidade tem possibilidade de satisfazer os seus utentes

com a qualidade do serviço (Ko & Pastore, 2004). Perante os elementos concorrenciais no mercado existente, as organizações não se podem acomodar com a avaliação de baixos níveis de satisfação dos utentes, visto que, segundo apontam Van Leeuwen, Quick e Daniel (2002). Caso isso aconteça, os mesmos irão abordar a concorrência à procura de melhores condições.

No sentido de estabelecer critérios objetivos para a tomada de decisões nas organizações desportivas, importa recolher informação relevante sobre a valorização dos serviços, as dimensões que a compõem, as atitudes e comportamentos dos consumidores de desporto. Além destas, identificar o perfil motivacional dos utentes, através das suas características sociodemográficas, resulta num valioso auxílio para os gestores desportivos na hora de estabelecer estratégias de mercado e melhora a qualidade e satisfação dos serviços. Importa compreender os comportamentos dos consumidores desportivos e relacionar a informação, de forma a melhorar a qualidade e a perceção que os participantes têm do serviço escolhido. (Martínez-Tur, García-Buades, Marzo & Gosálvez, 1998; Martínez-Tur, Peiró, Ramos & Tordera; 2000).

Com as premissas apontadas acima a investigação pretende:

- Validar para português os instrumentos de análise e medição MPAM-R e EPOD2;
- Identificar a motivação para prática desportiva dos utentes dos serviços desportivos da Universidade do Algarve;
- Analisar e relacionar a qualidade percebida, a satisfação e o valor percebido dos utentes dos serviços desportivos da Universidade do Algarve.

O tema escolhido deriva de duas motivações concretas. Como primeira motivação, apresenta-se o fato do autor desempenhar funções na organização, designadamente no Gabinete de Desporto onde a investigação é desenvolvida, o que reforça a ligação e conhecimento real do ambiente estudado. A segunda motivação deriva da primeira, no sentido em que perante a inexistência de estudos anteriores na área e entidade, e de acordo com a recomendação e sugestão dos orientadores, os resultados deste poderão influenciar tomadas de decisão perante a gestão e estratégia da organização e potencialmente a existência de novos estudos futuros de continuidade e avaliação.

A presente tese está estruturada em cinco capítulos, sendo o primeiro reservado para a introdução ao estudo, com a justificação do mesmo, apresentação do processo e organização do trabalho desenvolvido.

O segundo capítulo aborda uma revisão da literatura atual, designadamente no que diz respeito à temática da motivação e gestão da qualidade no setor desportivo. Nesta fase da exploração de estudos existentes, são contextualizadas as temáticas com abordagem de conceitos, referências e instrumentos relacionados particularmente com a avaliação da motivação para a prática desportiva inicialmente e numa segunda fase a componente da qualidade percebida, satisfação e valor relacionando com todo o objeto do estudo.

O capítulo seguinte do trabalho, engloba a metodologia de trabalho utilizada, com toda a descrição do estudo, apresentação das ferramentas e técnicas utilizadas. A caracterização da amostra com uma caracterização genérica da entidade responsável pelo desenvolvimento desportivo na Universidade do Algarve, focando os dados históricos da sua criação e evolução, estrutura organizativa e atividades ou modalidades relevantes desenvolvidas e os métodos de recolha são desenvolvidos para posteriormente serem integrados os instrumentos de recolha com o planeamento e trabalho desenvolvido.

No quarto capítulo, aborda-se a apresentação e discussão dos resultados obtidos, confrontando-os com os explorados por outros autores que realizaram estudos semelhantes.

Para finalizar o trabalho, no quinto e último capítulo é apresentado a sumula dos destaques dos resultados obtidos, com as respetivas conclusões. Neste quinto capítulo é ainda descrito as limitações e principais sugestões derivadas do estudo, para potenciais seguimentos de investigação na temática.

## **Capítulo II – DESPORTO, MOTIVAÇÃO, SERVIÇOS DESPORTIVOS, QUALIDADE, QUALIDADE PERCEBIDA, SATISFAÇÃO E VALOR PERCEBIDO**

Neste capítulo abordaremos os conceitos associados às principais temáticas associadas ao objeto do estudo. Importa relevar, perante a literatura atual, as referências existentes, de forma a construir todo o trabalho de investigação. Somente deste modo poderemos reforçar e solidificar todo o trabalho desenvolvido.

### **1. Do desporto para a motivação para a prática.**

O conceito de desporto admite ao longo dos tempos diversas interpretações. Pires (2007) tendo por base uma súmula de definições de vários autores, define o desporto como um conceito que: “envolve exercício físico, competição, desafio, esforço, luta, apetrechos, estratégia e tática, princípios, objetivos, instituições, regras, classificações, tempo livre, jogo, vertigem, aventura, investigação, dinheiro, lazer, sorte, rendimento, simulação, códigos, resultados, prestações, treino, força, destreza, medição, tempo, espaço, beleza, medida, voluntarismo, morte, etc.” (p.166).

Outro autor afirma que o desporto era antes uma atividade orientada exclusivamente para a competição e alto rendimento, tendo evoluído gradualmente, passando a ser uma atividade para todas as pessoas, que extravasa para além dos escalões etários e estados de condição física, psíquica e sociocultural. (Bento 2007, p.21),

Na Carta Europeia do Desporto de 1992, desporto é definido como “todas as formas de atividades físicas que, através de uma participação organizada ou não, têm por objetivo a expressão ou o melhoramento da condição física e psíquica, o desenvolvimento das relações sociais ou a obtenção de resultados na competição a todos os níveis.”

O desporto tem evoluído ao longo dos tempos a exemplo de toda a sociedade, transformando-se numa indústria produtos e serviços para diversos consumidores O desporto, nos dias de hoje, é considerado um mercado, disponibilizando diversos produtos aos consumidores, onde se relaciona o desporto ao *fitness*, à recreação, ao lazer, atividades, bens, serviços, pessoas, lugares ou ideias. (Toledo, 2006).

Um dos subsectores da dimensão desportiva é o desporto universitário que se apresenta como um importante veículo de valores e aprendizagens, reforçando a sua importância no estudo do desporto como um todo. Firea (1983) aponta que os estudantes integrantes de instituições de ensino superior têm uma grande tendência a assumir papéis importantes na sociedade onde se inserem, daí que a sua participação deverá derivar benefícios psicossociais e profissionais para a mesma.

Sarmiento e Parente (1995) sustentam que “o desporto universitário deve refletir a atividade desenvolvida dentro da universidade, e não a atividade que a minoria, cada vez menor desenvolve fora dela, ou pelo menos em simultâneo com a sua formação académica.” Os mesmos autores afirmam que a competitividade atual no ramo do ensino superior eleva a prática desportiva como um fator diferenciador, visto esta ser considerada um elemento de referência na caracterização da qualidade e do prestígio das instituições de ensino superior. A universidade cada vez mais é reconhecida interna e externamente como um espaço de referência, sendo que todas as atividades sejam elas de caráter científico, académico ou até mesmo social terão de corresponder com grau de qualidade superior (Sarmiento & Parente, 1995).

Raimundo e Kay (1997), apontam que “estar no desporto universitário é viver a atividade desportiva de acordo com as vivências e expectativas que cada estudante foi adquirindo, fruto da sua atividade social e formação desportiva anterior.” Expectativas estas que, no ensino superior, podem passar pelas atividades de lazer até às atividades de alto rendimento desportivo. Segundo De Knop (1993), há uma grande taxa de procura desportiva insatisfeita a nível universitário, não só nas modalidades tradicionais mas principalmente no que diz respeito às novas modalidades desportivas. Para uma melhor estrutura organizacional é necessário saber o que os estudantes realmente pretendem com o desporto universitário.

Não existindo consenso na literatura sobre a definição de motivação, a sua compreensão e estudo constitui uma das preocupações centrais de qualquer atividade humana (Roberts, 2001). “A origem etimológica da palavra motivação parece ser o vocábulo latino *mover*, transmitindo a ideia de movimento” (Alves, Brito, & Serpa, 1996) podendo esta ser entendida como uma determinação intrínseca em relação a realização de um determinado objetivo (Plonczynski, 2000). O conhecimento profundo dos

motivos que levam as pessoas a participar numa atividade física é importante, na medida em que possibilita aos técnicos a adequação dos programas de atividade física às expectativas dos praticantes, aumentando assim a sua satisfação e consequente permanência.

Atualmente constata-se que existe um diminuto desenvolvimento de instrumentos válidos e fidedignos para a medição da motivação para a prática desportiva (Celis-Merchán, 2006), não obstante a quantidade de estudos existentes somente sobre a motivação de prática de atividade física (Fallon, Hausenblas & Nigg, 2005; Fernandes & Vasconcelos-Raposo, 2005; Lindner & Kerr, 2000; Matsumoto & Takenaka, 2004; Moreno, Cervelló & Martinez, 2007, entre outros)

Respondendo a esse repto, surge a escala *Motives for Physical Activity Measure Revised (MPAM-R)* de Ryan, Frederick, Leps, Rubio e Sheldon (1997) desenvolvida com base nos pressupostos da Teoria da Auto-Determinação (TAD) de Deci e Ryan (1985, 2000). Esta analisa o grau em que as motivações humanas são intrínsecas ou extrínsecas para tentar satisfazer suas necessidades. (Deci & Ryan, 1985; Ryan & Deci, 2000). Inicialmente, esta escala media a motivação para praticar atividade física a partir de três fatores:

- 1) Gosto: que refere-se a motivação do interesse pela atividade em si mesma;
- 2) Competência: que diz respeito à busca por habilidade e competição;
- 3) Motivos relacionados com o corpo: que refere-se à busca por melhorar a aparência e a aptidão física.

Posteriormente, Ryan et al. (1997) desenvolveram novas investigações propondo a revisão desta escala, tendo esta passado a medir cinco motivos para se praticar atividade física:

- 1) Gosto;
- 2) Competência;
- 3) Aparência;
- 4) Saúde;
- 5) Social.

## **2. A implicância da qualidade, satisfação e valor percebido nos serviços desportivos**

O conceito de serviço como satisfação das necessidades pessoais, nasce entre o final do século XIX e princípios do século XX devido à crise que o capitalismo liberal instalou sobre as democracias ocidentais. As organizações da época entenderam que seria importante intervir sobre as necessidades dos cidadãos.

Jorge e Colaço (2000), referem que “um serviço é um ato ou sucessão de atos de duração e localização definidas, conseguido graças a meios humanos e/ou materiais colocados à disposição de um cliente individual ou coletivo segundo os processos, procedimentos e comportamentos codificados”. Por seu lado, Lakhe e Mohanty (1995) definem serviço como um sistema de produção onde várias informações são processadas, transformadas e valorizadas para produzir respostas que têm utilidade a quem procura o serviço, não meramente de um ponto de vista económico, mas como suporte da vida do sistema humano em geral, ou mesmo para a procura de prazer.

Confinando a informação, para a prestação de um serviço é necessário uma serie de elementos (Eiglier e Langeard, 1996):

- a) Pessoal do serviço;
- b) Suporte físico;
- c) Cliente;
- d) Sistema de organização interna;
- e) Os outros clientes;

Rowley (1998), aponta que os serviços possuem um conjunto de características principais que os definem, a saber:

- a) Intangibilidade – os serviços não são palpáveis, ou seja, não existe a possibilidade de os ver, sentir, cheirar ou tocar, antes de serem adquiridos. Os possíveis compradores dos serviços fazem uma avaliação prévia dos mesmos, observando o melhor possível o local, as pessoas, os equipamentos ou o preço. Os prestadores/fornecedores de serviços deverão, tanto quanto possível, tornar tangíveis todos os elementos que possam facilitar em seu benefício a tarefa avaliadora do potencial comprador.

- b) Inseparabilidade ou simultaneidade – nos serviços, a produção e o consumo acontecem simultaneamente. Enquanto os produtos físicos podem ser fabricados, armazenados e mais tarde vendidos e consumidos, tal não acontece nos serviços. Se um funcionário, por exemplo um monitor de um ginásio, tem uma formação deficiente, irá prestar um serviço deficitário e incorreto, o que se traduz na receção de um serviço defeituoso por parte do cliente, visto não se poder separar a produção do serviço do seu consumo.
- c) Heterogeneidade ou variabilidade – a qualidade dos serviços é altamente variável. Esta, poderá variar com o consumidor e de como este percebe o serviço, e com o local e a altura em que é feita a avaliação. Devido à variabilidade potencial de respostas, um prestador/fornecedor de serviços deverá medir regularmente o grau de satisfação dos seus clientes através de caixas de sugestões, de queixas ou de inquéritos.
- d) Percipibilidade ou perdurabilidade – em consonância com a característica intangibilidade, os serviços não podem ser guardados ou armazenados para uso ou venda posterior. Um cliente de um ginásio paga o mês todo, apesar de só o frequentar algumas horas por dia, ou alguns dias por semana; no entanto o ginásio continua lá, ele não pode armazenar o tempo pago, para posterior uso.

Estas características estão na base das dificuldades mais apontadas na gestão dos serviços. Identificar o resultado a medir e as situações que se prendem com o fato de o cliente ser interveniente do processo dificultam a gestão da qualidade, nomeadamente, a sua medição.

Nas definições, há determinados aspetos que deveriam ser salientados, para que ajudassem a explicar as características únicas dos serviços desportivos. Um dos aspetos é a interação humana que ocorre entre os clientes e o fornecedor do serviço. Nos serviços desportivos, os clientes não só frequentam como participam ativamente na produção e consumo do serviço (Ko & Pastore, 2004). Mais ainda nos serviços desportivos de recreação, os clientes necessitam ter uma relação estreita e um alto nível de envolvimento com o fornecedor dos mesmos. Aqui, cliente e fornecedor do serviço têm de interagir, esforçando-se para que o mesmo seja efetuado de modo correto, pois nestas relações o serviço oferecido não é estandardizado. Nos serviços de desporto de

recreação o nível de interação entre os consumidores é relativamente alto, afetando-se uns aos outros. Assim, os monitores e profissionais deverão esperar um grande nível de interação entre os clientes, prevenindo e evitando qualquer possível fonte de problemas.

Para Chelladurai e Chang (2000), a base da classificação dos serviços, é a distinção entre serviços de consumo e serviços humanos (estando os serviços desportivos inseridos neste último), bem como as motivações dos clientes para a participação. Este autor criou assim duas classificações principais, dividindo serviço desportivo de acordo com a tabela 2.1 apresentada abaixo.

**Tabela 2.1.** – Classificações de serviço desportivo

<b>Serviços participativos (<i>participant services</i>)</b>	Serviços de prazer de consumo ( <i>consumer-pleasure</i> )
	Serviços de consumo para saúde/fitness ( <i>consumer health/fitness</i> )
	Serviços de capacidades humanas ( <i>human skills</i> )
	Serviços de excelência humana ( <i>human-excellence</i> )
	Serviços de sustentabilidade humana ( <i>human-sustenance</i> )
	Serviços terapêuticos/curativos ( <i>human-curative services</i> )
<b>Serviços de espetáculo (<i>spectator services</i>).</b>	Providenciar espetáculos desportivos como entretenimento
	Acesso aos mercados desportivos
	Licenciamento de produtos, concessões, parques, etc.

**Fonte:** Adaptado de Chelladurai & Chang, (2000). Elaboração própria

Segundo a definição de Gronroos (1990) citado por Ko e Pastore (2004), o serviço é produzido e consumido nas instalações físicas o/ou sistemas do fornecedor do serviço. Os serviços são assim interpretados, como atividades, sistemas ou transações comerciais, nos quais os atributos tangíveis e intangíveis são cuidadosamente combinados para a maximização da satisfação e eficiência de um sistema operacional. O mesmo autor é de opinião que os consumidores compram um serviço para resolver os seus problemas, ou seja, o objetivo da compra está nos resultados e benefícios experienciados após o seu uso, não no serviço em si. Por exemplo, o bem-estar físico, a redução do *stress*, a afiliação, as interações sociais, a autoestima, aumentar a autonomia e motivos estéticos, são possíveis fatores motivacionais para a participação desportiva.

No caso particular do estudo, os serviços desportivos estão orientados para uma política de atuação pública, operando segundo a lei da constituição portuguesa, que reconhece o direito de todos à cultura física e ao desporto, impondo ao estado, por si e/ou em parceria, a obrigação de promover, estimular, orientar e apoiar a atividade desportiva. De acordo com as referências de Kon, A. (1996), configura-se que serviço público é aquele que é instituído, mantido e executado pelo estado, ou seja por todos os intervenientes ou entidades, que o representam com o objetivo de responder aos seus próprios interesses e de retribuir a satisfação das necessidades coletivas das comunidades sob as quais têm ação. Em resumo, o serviço desportivo público pode ser representado como experiências subjetivas no contexto desportivo, onde os clientes são uma peça chave de todo o processo, que não visa o lucro, mas sim a satisfação das necessidades da comunidade.

### **3. A análise da qualidade nos serviços desportivos**

Qualidade tem sido a palavra-chave nos círculos da gestão há já algum tempo (Chelladurai & Chang, 2000), sendo atualmente uma estratégia fundamental para o sucesso e sobrevivência no ambiente competitivo económico (Zeithaml, Berry & Parasuraman, 1996). No entanto no círculo dos estudos, a sua definição não reúne um real consenso, tendo sido apresentada com inúmeras definições (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988; Correia, 2001; Quaresma & Maia, 2003). De acordo com a legislação em vigor, a qualidade pode ser definida como “o conjunto de atributos e características de uma entidade ou bem que determinam a sua aptidão para satisfazer as necessidades e expectativas da sociedade.” (Decreto-Lei 140/2004 de 8 de Junho).

Dada a sua importância, um crescente número de investigadores dedicam-se ao estudo da qualidade dos serviços, e afirmam que não só é o fator mais importante na satisfação dos clientes, mas também é o principal critério que mede a competitividade de uma empresa de serviços (Chelladurai & Chang, 2000; Ko & Pastore, 2004; Rowley, 1998). O conceito de qualidade surge, inicialmente, relacionado com os bens físicos e com as suas características que lhe conferem essa qualidade, distinguindo-o de outros bens. Mas, este conceito torna-se mais difícil quando é aplicado a um serviço, uma vez que o que é avaliado é não só o produto em si, a prestação do serviço propriamente dita, mas

todo o processo que envolve a prestação do mesmo, que engloba: o produto final, as instalações, a aparência e simpatia do prestador, entre outros aspetos

No que à qualidade percebida diz respeito, Zeithaml (1988) define-a com 4 parâmetros que no conjunto a descrevem:

- a) é diferente de qualidade atual ou objetiva;
- b) é um nível mais elevado de abstração, ao invés de um atributo específico de um produto (ou serviço);
- c) é uma avaliação global, que em certos casos se assemelha a uma atitude;
- d) é um julgamento normalmente feito sobre um cenário invocado pelo cliente.

Rowley (1998) define qualidade percebida como uma forma de atitude relacionada, mas não igual à satisfação e resultante de uma comparação entre as expectativas e as percepções do ato. Enquanto Brady e Cronin (2001), referem que na literatura tem havido alguma evolução sobre como avaliar a qualidade percebida, mas muito pouco em relação ao “o quê” avaliar.

### **3.1. As dimensões da qualidade percebida**

Segundo Brady e Cronin (2001), a qualidade do serviço é resultado da percepção dos clientes relativamente a três dimensões, a saber, a qualidade de interação que comporta as relações existentes entre os recursos humanos, particularmente no caso do presente estudo, os técnicos/funcionários da piscina com os utentes. Por outro lado, qualidade das instalações e os equipamentos que se estabelecem como suporte físico para a prestação do serviço e são a parte tangível do serviço. Todos os aspetos confrontados com as condições e dimensões de espaço disponível para a prática, dos materiais e equipamentos auxiliares utilizados e das condições de higiene. Finalmente a qualidade do resultado, a qual refere que as percepções do cliente estão interligadas com os benefícios de curto e longo prazo do resultado da prestação do serviço. O esforço de qualquer organização em procurar a qualidade dos seus bens ou serviços só faz sentido se a mesma for sentida por quem a recebe, ou seja, se essa qualidade for percebida pelo consumidor. A organização só está a cumprir com os requisitos da qualidade, quando esses são efetivamente confirmados pelos consumidores, pois, caso contrário, não existe qualidade. Assim, a entidade deverá apostar numa política de qualidade eficaz, que

procure, em primeiro lugar, avaliar o que o consumidor pensa acerca do serviço que lhe é prestado e, partindo dessa avaliação, tentar ir ao encontro daquilo que realmente é importante para o consumidor. (Grönroos, 2000).

De acordo com as suas necessidades específicas, cada cliente faz a sua avaliação acerca da qualidade, sendo que essa avaliação varia de pessoa para pessoa e a qualidade percebida do serviço é diferente. A qualidade de determinado serviço e a percepção do utente acerca da mesma, é definida no ponto em que a performance do serviço, isto é, a sua prestação efetiva, vai ou não ao encontro das suas expectativas. Assim, a organização deve tentar identificar o cliente, ouvi-lo, perceber a origem das suas expectativas, saber o que é importante para ele e procurar corrigir eventuais erros na prestação do serviço e a incoerência entre expectativas e percepção.

### **3.2. Importância de medir a qualidade**

Nenhuma organização prescinde de avaliar o desempenho e conseqüente qualidade do seu serviço, assumindo a avaliação um importante instrumento para a melhoria contínua desse desempenho. Deve haver uma preocupação por parte da organização em medir o seu desempenho internamente, prevenindo e evitando eventuais falhas, bem como externamente, avaliando a opinião daqueles a quem o serviço se dirige. Acima de tudo, esta avaliação acerca da qualidade deverá ser feita constantemente, porque “não há serviços perfeitos”, existem falhas que são inevitáveis, mas que devem ser detetadas e corrigidas o mais rapidamente possível, de forma a minimizar os seus efeitos e a fazer com que o cliente ou utente a veja como um simples erro e não como uma prática recorrente da organização (Pires & Santos, 1999).

Internamente, ao existir uma boa política de qualidade, a organização consegue avaliar até que ponto a prestação do serviço está a ir ao encontro da política definida, se o serviço é prestado com qualidade, se está de acordo com as normas estabelecidas, ou se é necessário reformular a própria política, tendo sempre como objetivo a melhoria contínua. Os objetivos da qualidade devem ser medidos e consistentes com a política de qualidade adotada. Externamente, esta política serve para avaliar as expectativas do cliente e se estas foram defraudadas, cumpridas ou até excedidas, conseguindo através dessa avaliação saber a sua opinião em relação à qualidade do serviço. Ao definir uma política de qualidade, a organização consegue avaliar e assegurar a implementação dos

parâmetros definidos e, conseqüentemente prestar um serviço com qualidade. Com a prestação de um serviço de qualidade, à partida, a organização consegue promover a satisfação dos seus clientes (Correia, 2000).

#### **4. Da qualidade para a satisfação**

A qualidade de determinado bem ou serviço, analisada do ponto de vista do potencial intrínseco que o caracteriza, pode ser medida através da satisfação que é sentida pelo cliente. Deste modo, o objetivo de qualquer organização deve ser não só produzir um bem de qualidade, ou fornecer um bom serviço, mas satisfazer o cliente, fazer com que este volte e, de preferência que escolha este bem/serviço em detrimento de outro. Um serviço que é avaliado externamente e satisfaz as necessidades dos seus clientes é, em princípio, um serviço com qualidade. Uma organização para que tenha sucesso, é fundamental que tenha uma política de qualidade consistente aliada à avaliação externa da satisfação, porque tudo que a organização faça para fornecer um serviço excelente, não faz sentido se o cliente não ficar satisfeito. O fim último de qualquer organização deve ser satisfazer os seus clientes, devendo considerar todos os recursos destinados a aumentar a satisfação dos clientes, um investimento (McDougall & Levesque, 2000).

Nos últimos tempos realizaram-se diversas investigações sobre a qualidade nas organizações desportivas, sendo um tema recorrente a análise da qualidade e a satisfação dos utentes dos serviços desportivos (Afthinos, Theodorakis, & Nassis, 2005; Alexandris & Palialia, 1999; Alexandris, Zahariadis, Tsorbatzoudis & Grouios, 2004; Bodet, 2006; Calabuig, Quintanilla & Mundina, 2008; Kim & Kim, 1995; Ko & Pastore, 2004; Lentell, 2000; Martínez & Martínez, 2008; Morales, Hernández-Mendo e Blanco, 2005; Nuviala, Tamayo, Iranzo & Falcón, 2008; Sanz, Redondo, Gutiérrez & Cuadrado, 2005; Schoefer & Ennew, 2005; Tsitskari, Tsiotras & Tsiotras, 2006; Wakefield, Blodgett & Sloan, 1996).

Foram vários os autores que estudaram o conceito de satisfação e a sua relação com a qualidade do bem/serviço, estando esta definição longe de ser consensual. Entre as décadas de 1970 e 1990 surgiram vários estudos e teorias, definições e apontamentos para determinação dos fatores determinantes da satisfação. Uma das primeiras definições de satisfação é apresentada por Hunt (1977), que define satisfação como “a avaliação de que a experiência foi pelo menos tão boa quanto deveria ser”. Depois de

Hunt (1977), muitos outros (e.g. Oliver, Evrard, Kotler, Almeida) dedicaram-se ao estudo da satisfação, dando origem a inúmeras definições e teorias, tendo em conta três elementos característicos do conceito: o estado psicológico, posterior à compra e relativo.

Para conseguir satisfazer integralmente o cliente, é necessário conhecê-lo e compreendê-lo. Deste modo, é necessário perceber as suas necessidades, a sua opinião em relação ao bem ou serviço que lhe é fornecido, os seus desejos e expectativas (atuais e futuras), os motivos que o levam a comprar, o seu conceito de satisfação. Este conhecimento deverá ser profundo, contínuo e proactivo, isto é, perceber quais as expectativas do cliente, de modo a superá-las e a satisfazê-lo (Oliver, 1993).

Qualquer organização só saberá se está, ou não, a satisfazer “bem” os seus clientes, se medir os seus níveis de satisfação. Deste modo, torna-se fundamental tomar medidas no sentido de avaliar a satisfação. Para as entidades de serviços, o maior desafio é identificar os fatores críticos que decidem a satisfação dos clientes para com esse mesmo serviço (McDougall & Levesque, 2000). É necessário ver em que ponto está o nível de satisfação do consumidor, o que está a ser feito no sentido de garantir um serviço de qualidade e, qual o próximo passo a dar em busca da excelência na promoção do serviço, devendo a satisfação ser encarada como o resultado desse esforço. Por consequência, torna-se imperativo medir a satisfação do cliente, através da recolha de dados que demonstrem a opinião do cliente acerca do serviço e a sua satisfação com o mesmo. Todo este processo, para além da avaliação externa do serviço, permite à gestão tomar medidas no sentido de aumentar a qualidade do serviço e, consequentemente, a satisfação do cliente.

Os responsáveis de organizações que prestam serviços devem ter em atenção a identificação dos componentes do serviço que proporciona uma melhor experiência aos clientes ou utentes (Petrick & Backman, 2002). Para os autores, é necessário entender e compreender os conceitos de qualidade e satisfação, e as suas possíveis diferenças ou semelhanças.

Parasuraman, et al (1988) foram os primeiros a propor algumas características distintas para os conceitos de qualidade percebida e satisfação. A primeira diferença resultante da

comparação encontra-se na duração: enquanto a qualidade percebida faz referência a uma atitude duradoura relacionada com a superioridade de um serviço, a satisfação constitui uma vivência específica relacionada com um encontro concreto.

Rust e Oliver (1994) consideram que a qualidade do consumidor é um compêndio das reações cognitivas e afetivas referidas a um contato com um serviço e que a satisfação (ou insatisfação) resulta da experimentação da qualidade de serviço num momento concreto e da sua comparação com o que se esperava obter.

A comparação entre estes conceitos levaram a autores como Oliver (1997) referir que a apreciação sobre qualidade percebida é de caráter cognitivo, enquanto a apreciação sobre satisfação é mais emocional.

Dado que ambos conceitos estão interrelacionados, alguns autores consideram ambas as denominações como sinónimos (Liljander, 1994). O autor Dabholkar (1995) sugere que os modelos de satisfação possam ser denominados de qualidade de serviço percebido já que o que se estuda é um serviço e não um bem de consumo. Nesta postura intermédia, a qualidade de serviço é considerada tanto um antecedente como consequente à satisfação, assumindo a existência de uma relação recíproca entre a qualidade e a satisfação global, pelo que é muito difícil definir empiricamente qual delas antecede a outra. Entre os autores que seguem esta linha de pensamento encontramos a Martínez-Tur, Peiró e Ramos (2000) e Teas (1993). Neste sentido Cronin et al. (2000) referem que existem três posições claramente diferenciadas na literatura:

- a) Inexistência de relação entre qualidade e satisfação, ou seja nenhuma das duas pode ser antecedente da outra;
- b) Satisfação atua como antecedente da qualidade;
- c) Satisfação como consequência da qualidade (sendo esta a posição mais dominante).

De qualquer forma, a postura mais habitual nos trabalhos de investigação (Brady e Robertson, 2001; Cronin & Taylor, 1992; Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1994; Teas, 1993), é considerar que a qualidade percebida é um antecedente da satisfação, motivo pelo qual se aceitará esta determinação.

A avaliação da satisfação dos clientes deve ser um processo contínuo e constante, de forma a acompanhar as suas necessidades, expectativas e exigências. Deste modo, a organização poderá atuar quase de imediato, quando o caminho que está a seguir deixa de ser aquele que o cliente espera que esta siga. Howat, Crilley, Absher e Milne (1996) afirmam que a capacidade para medir a satisfação dos clientes é crítica para os gestores de empresas de lazer. São várias as formas utilizadas pela organização para medir a satisfação do cliente, que se complementam e que podem avaliar com maior precisão e detalhe as medidas de satisfação dos clientes. Uma das formas mais convencionais para avaliar a satisfação do cliente é perguntar-lhe diretamente, através de um questionário. O questionário deve ser curto e de fácil compreensão, e deve perguntar diretamente ao cliente acerca de algumas dimensões do serviço e da organização em si, e todos os aspetos que pretendemos ter a sua avaliação. Esta avaliação deve ser realizada constantemente, para permitir à organização estar sempre atualizada quanto à opinião dos seus clientes e suas necessidades.

A recolha de dados acerca da opinião dos clientes pode ser também feita junto destes, sem necessidade de lhes perguntar diretamente. Para isto, basta a organização ficar atenta a determinados comentários que são feitos pelos clientes, sejam estes na forma de sugestão ou mesmo queixa. Muitas vezes, esta opinião é dada de forma indireta, isto é, o cliente por vezes dá determinadas sugestões quando se dirige ao serviço ou até se queixa com determinada dimensão desse mesmo serviço. Assim, é necessário que a organização esteja atenta e assimile estas opiniões e as utilize em seu proveito para melhorar o serviço que presta. Deste modo, há vários aspetos da satisfação dos clientes com os quais as organizações desportivas devem ter preocupação. Por exemplo, determinar quão satisfeitos estão os consumidores, é de igual importância ao compreender o porquê da satisfação dos clientes (Van Leeuwen, Quick, & Daniel, 2002).

## **5. Relação qualidade, satisfação e valor**

Conhecer as perceções do utente no que diz respeito às dimensões da qualidade e ao valor do serviço, assim como os elementos determinantes para a satisfação geral do utente, é uma temática de grande interesse no contexto da gestão da qualidade de serviços desportivos.

Nos últimos tempos, o valor percebido é reconhecido como uma variável chave tanto na literatura acadêmica como na profissional, devido a sua relação de lealdade com os utentes (Martín, Barroso & Martín, 2004; Parasuraman & Grewal, 2000), ao seu papel relevante papel no desenvolvimento de relações (Alet, 1994; Huete, 1997) e finalmente devido à sua natureza de precedente na conquista de vantagens competitivas (Day, 1999; Gale, 1994).

Gallarza e Gil (2006) indicam que a investigação mais aprofundada sobre valor foi realizada temporalmente depois do interesse pela qualidade e pela satisfação. Estudos sobre qualidade de serviço realizados nos anos 90 por autores como Bolton e Drew (1991) ou Cronin e Taylor (1992) contribuíram para relevar o conceito de valor, entendendo como fator essencial na literatura sobre qualidade e satisfação (Ostrom & Iacobucci, 1995), multiplicando-se depois as propostas de discussão conceptual sobre as diferenças e as características do mesmo sobre uma ou outra destas variáveis (Parasuraman, 1997; Woodruff, 1997; Woodruff e Gardial, 1996), levando a realizar diferentes investigações conceptuais e metodológicas em consonância com a qualidade e satisfação (Caruana, Money e Berthon, 2000; Cronin, Brady e Hult, 2000; Parasuraman e Grewal, 2000).

A literatura refere que é a partir do ano 2000 (Gallarza & Gil, 2006) que começaram a surgir as propostas de escalas da variável valor percebido (Martín, Barroso & Martín, 2004; Mathwick, Malhotra & Rigdon, 2001; Petrick, 2002; Sweeney & Soutar, 2001), pelo que na opinião das autoras referidas, encontramos-nos atualmente numa fase desenvolvimento metodológico e de medição depois de um momento inicial ter sido uma fase de desenvolvimento conceptual sobre valor. A evolução indica que o estudo do valor percebido configura-se como uma dos marcos estratégico para as organizações que desejem manter a sua importância no século XXI (Sweeney & Soutar, 2001).

No entanto, diversos autores apontaram que existe dificuldades na investigação do conceito de valor percebido (Anderson, 1995; Babin, Darden & Griffin, 1994; Bigné, Moliner & Callarisa, 2000; Dodds, Monroe & Grewal, 1991; Gabbott & Hogg, 1998; Woodruff & Gardial, 1996; Sweeney & Soutar, 2001). Na sequência da indicação

anteriormente apresentada, Gallarza e Gil (2006) referem que existe um desajuste relevante entre a riqueza conceptual do conceito e a sua operacionalização.

Diferentes estudos exploram a relação entre os conceitos valor e qualidade, concluindo que o valor é consequência da qualidade (Caruana et al., 2000; Cronin et al., 2000; Grewal, Krishnan, Baker & Borin, 1998; Kashyap & Bojanic, 2000; Oh, 1999, 2000; Sirohi, Mclaughlin, & Wittink, 1998; Sweeney, Soutar e Johnson, 1999).

Gil, Sánchez, Berenguer e Gallarza, (2005) afirmam que existe uma relação entre as interações que têm lugar num contato com o serviço e a satisfação do utente. Woodruff e Gardial (1996), referem também que a relação entre valor e satisfação é crítica, devido à natural afinidade entre ambos conceitos e dado que os dois conceitos formam-se a partir de juízos de avaliação (Woodruff, 1997). A diferença entre ambos conceitos é clara (Sweeney & Soutar, 2001), enquanto o valor percebido ocorre em diferentes etapas do processo de compra, incluindo a pré-compra, a satisfação é universalmente entendida como uma avaliação após compra. As referências apontam que existe uma ordem de existência que permite entender a satisfação como resultado da perceção de valor (Babin & Kim, 2001; Caruana et al., 2000; Fornell, Johnson, Anderson, Cha & Everitt, 1996; Oh, 1999, 2003).

Deste modo se a qualidade percebida é anterior ao valor, ou este é um conceito mais evoluído do anterior, e a satisfação é resultado do valor e da qualidade percebida, quanto mais positivas sejam as perceções sobre as características do serviço, mais positivo será o valor do mesmo. Assim as perceções sobre as características do serviço são anteriores ao valor do serviço, o qual afeta diretamente a satisfação global do cliente (Gil et al. 2005).

Murray e Howat (2002) apresentam um modelo que permite medir qualidade de serviço, valor, satisfação e intenções futuras do consumidor no contexto de mercado dos serviços desportivos. De acordo com o modelo, a qualidade do serviço é um antecedente direto da satisfação, sendo esta um antecedente das intenções futuras dos clientes num contexto desportivo. A qualidade do serviço, dimensão relacionada com as relações pessoais, é um antecedente um pouco mais forte da satisfação e do valor percebido que

a dimensão elementos físicos num contexto desportivo. Para finalizar, apontam que o valor percebido é um mediador direto da satisfação nos serviços desportivos.

## **6. Relação entre qualidade e motivação**

A qualidade é relacionada com a qualidade quer pelos leigos quer pelos a estudam. O comportamento é percebido como sendo provocado e guiado por metas das pessoas, que realiza um esforço para atingir determinado objetivo. A maioria dos autores considera a motivação humana como um processo psicológico estreitamente relacionado com o impulso ou com a tendência a realizar com persistência determinados comportamentos. Segundo Juran (2002) a motivação é um elemento essencial para se alcançar a qualidade.

Considerando a natureza multidimensional das motivações, Luna-Aroca (2001) referem que estas podem e devem ser utilizadas como variáveis de critérios nas estratégias de segmentação de mercados e desse modo contribuir para que se adequem melhor a troca de informação entre o consumidor e as organizações. O mesmo autor apresentou uma proposta de segmentação intento de baseado nas motivações no contexto de centros ou entidades desportivas, aplicando a escala “MODE” de motivações desportivas. Desta obteve como resultado descritivo a informação que os utentes têm como principal motivação o exercício físico em si, a necessidade de fazer desporto, la evasão dos problemas e o desporto como ócio.

Outros autores apresentaram diversos estudos que aplicaram este tipo de análise para determinar os perfis motivacionais. Foram desenvolvidos tanto em ambientes desportivos (Hodge e Petlichkoff, 2000; McNeill e Wang, 2005; Moreno, Cervelló e González-Cutre, 2007; Vlachopoulos, Karageorghis e Terry, 2000) como de atividade física (Biddle e Wang, 2003; Sicilia, Águila, Muyor, Orta, e Moreno, 2009).

## **7. Análise do questionário de valorização de serviços desportivos (EPOD2)**

Na área dos serviços desportivos, são inúmeros os instrumentos desenvolvidos para avaliar a qualidade percebida e a satisfação dos utentes. Exemplos destes são o elaborado por Bodet (2006) para centros desportivos de *fitness* franceses, a ferramenta NEPTUNO construído por Calabuig, Quintanilla e Mundina (2008), o questionário QUESC desenvolvido por Kim e Kim (1995), o por Mañas, Jiménez, Muyor, Martínez e Moliner (2008) para um centro desportivo privado de Almería (Espanha), o ICPAF de

Morales, Hernández-Mendo e Blanco (2005), o desenvolvido por Sanz, Redondo, Gutiérrez e Cuadrado (2005) para avaliar a satisfação dos praticantes de *spinning*, o Q-10, construído por Rial, Varela, Rial e Real (2010).

No entanto Alexandris, Zahariadis, Tsorbatzoudis e Grouios (2004); Kim e Kim, (1995); Kouthouris e Alexandris (2005) referem que existem limitações nos instrumentos criados, designadamente no elevado número de itens de avaliação, o que dificulta aplicação do trabalho de campo. São exemplos destes o instrumento Qesc, de Kim e Kim (1995) composto por 56 itens, o ICPAF de Morales et al. (2005) composto por 52 itens, o desenvolvido por Afthinos et al. (2005) com 42 itens, o criado por Bodet (2006) com 44 itens. Calabuig et al. (2008) indicam e criticam a limitação existente perante a falta de especificidade dos instrumentos de análise.

Neste sentido criaram-se instrumentos específicos para cada um dos serviços (Martínez & Martínez, 2009), que desta forma gera a limitação de generalizar os resultados obtidos para outras atividades ou serviços. São exemplos destes, o NEPTUNO com um questionário especialmente construído para avaliar as escolas náuticas da comunidade de Valencia (Espanha), o Q-10 e o instrumento de Mañas et al. (2008) que analisam sob a forma de dimensões (equipamentos para o desenvolvimento da prática desportiva, a comunicação da e para a organização, ou os aspetos administrativo) o objeto de estudo para valorizar a satisfação e qualidade percebida dos serviços desportivos.

Todas estas limitações apontadas levaram Nuviala, Grao-Cruces, Tamayo, Nuviala, R. Álvarez, e Fernández-Martínez, (*in press*) a construir um questionário de valorização dos serviços desportivos e atividades (EPOD2) que prestam ao público, composta inicialmente por 34 itens agrupados em três áreas diferentes: qualidade percebida, satisfação e valor percebido do serviço. O EPOD2 respeita as indicações de Brady e Cronin (2001), que apontam que a qualidade percebida do serviço deve ser medida por três dimensões diferentes: a qualidade da interação, a qualidade do meio ambiente de serviço e a qualidade dos resultados.

## **Capítulo III - METODOLOGIA**

Uma investigação, ao ser realizada, tem como objetivo tentar compreender e retirar conclusões acerca de um assunto que apenas se encontra fundamentado teoricamente. O presente capítulo descreve a estratégia geral adotada nesta pesquisa, sendo feita uma pormenorização das diferentes etapas. Inicialmente são descritos os principais objetivos deste estudo. De seguida são descritos os procedimentos utilizados na pesquisa, é descrita a técnica de investigação empregada, definido o método de recolha de dados, a sua construção e o tipo de amostra utilizada.

### **1. Objetivos**

Este estudo foi realizado com o intuito de retirar conclusões acerca da opinião dos utentes relativamente aos serviços que são prestados pelos serviços desportivos da Universidade do Algarve (UALG), detidos sob a égide do Gabinete de Desporto da Associação Académica da Universidade do Algarve (GDAAUALG). Interessou detetar os motivos pelos quais os utentes praticam atividade física, assim como relacionar esses mesmos motivos de prática com a qualidade percebida, a satisfação e o valor percebido pelos utentes dos serviços. Neste sentido os objetivos gerais da investigação foram:

1. Validar os instrumentos de análise e medição MPAM-R e EPOD2
2. Conhecer a motivação dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG para a prática desportiva (MPAM-R).
3. Conhecer e relacionar a qualidade percebida, satisfação e valor percebido dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG (EPOD2).

### **2. Instrumentos de recolha**

Segundo Quivy e Campenhoudt (2008), as vantagens mais importantes da aplicação do inquérito por questionário é a possibilidade deste instrumento quantificar uma multiplicidade de dados e a de proceder a numerosas análises de correlação. Os mesmos autores referem ainda que as ciências sociais tendem a relevar, como prática de investigação empírica, a aplicação do inquérito por questionário. Deste modo existiu a necessidade de desenvolver um plano ou projeto para orientar o processo de recolha de dados e interpretação. Este processo, Ferrando, Ibanez e Alvira (1992) definiram como o plano global de investigação que integra, de um modo coerente e devidamente correto, técnicas de recolha de dados, análise e objetivos previstos. Utilizámos o questionário

como instrumento de recolha de dados, e o método descritivo quantitativo como método de análise de dados.

### **2.1. Motivos de prática (MPAM-R)**

Para analisar os motivos de prática desportiva por parte dos utentes dos serviços GDAUVALG, utilizou-se a escala MPAM-R (Ryan et al., 1997), traduzida, adaptada e validada para espanhol por Moreno et al. (2007). Este instrumento mede os motivos de prática de atividade física através de 30 itens, agrupados em cinco fatores: Gosto, Aparência, Social, Saúde e Competência. Das cinco subescalas, Gosto e Competência foram utilizadas para refletir uma orientação motivacional intrínseca, enquanto as outras três subescalas (Social, Saúde e Aparência) refletem à pergunta “Realizou atividade física...” através dos itens apresentados conforme a escala tipo Likert de cinco pontos onde 1 corresponde a “Muito em desacordo” e 5 a “Muito de acordo”. O valor de alfa de Cronbach obtido para a escala foi 0.867.

### **2.2. Questionário EPOD2**

Este instrumento (Nuviala, Grao-Cruces, Tamayo, Nuviala, Álvarez & Fernández-Martínez, *in press*) é composto por um total de 25 itens de resposta alternativa Likert, que oscila entre 1 (Muito em desacordo) e 5 (Muito de acordo), com áreas distintas de avaliação:

- a) Qualidade percebida (20 itens)
- b) Satisfação (4 itens)
- c) Valor do serviço (1 item)

As perguntas referentes a qualidade percebida pertencem ao questionário EPOD2 (Nuviala et al., 2008), ficando excluído o item “Está satisfeito/a com a relação qualidade/preço da atividade”, que foi utilizado para medir o valor do serviço, tal como haviam feito realizado Murray e Howat (2002). McDougall e Levesque (2000) argumentaram e validaram a possibilidade de utilizar um só item para medir este conceito.

Para avaliar a satisfação utilizou-se uma escala composta por cinco itens que foi desenhada por Oliver (1980) e utilizada em diversos estudos como o de Bodet (2006).

Nuviala et al. (*in press*) constataram as propriedades psicométricas do instrumento, obtendo na análise fatorial exploratória um total de seis fatores para a escala de qualidade percebida (20 itens) e um fator para a escala de satisfação (4itens).

O valor de alfa de Cronbach obtido para a escala de qualidade percebida foi 0.957 enquanto para a escala de satisfação foi de 0.969 o que releva os resultados retirados da investigação.

### **2.3. Adaptação do questionário**

De forma a adaptarmos estes instrumentos à especificidade dos serviços desportivos prestados pelo GDAUVALG cobertas, realizamos um conjunto de passos necessários:

- Traduzimos os instrumentos da sua língua original (espanhol) para o português;
- De forma a garantirmos uma correta tradução do conteúdo, a tradução foi realizada por uma técnica de tradução com o apoio de autor da tese.

#### **2.3.1. Pré-teste**

De forma a avaliar a sua correta tradução para português, assim como, detetar eventuais erros, realizamos um pré-teste. Foi selecionada a atividade voleibol do plano disponibilizado pelo GDAUVALG, e foi aplicado a 30 utentes de ambos os géneros que frequentavam uma atividade do serviço.

Do resultado deste pré-teste retiramos as seguintes ilações:

- O tempo médio de preenchimento do questionário foi satisfatório (entre 8 a 10 minutos);
- O momento ideal para o preenchimento era antes ou no final da atividade.

Finalizado o pré-teste e uma vez que esta versão mereceu a concordância dos autores, consideramos elaborada a versão portuguesa do instrumento de medição. Recolhidas as diversas informações, efetuou-se algumas adequações designadamente no que diz respeito ao vocabulário e tradução efetuada.

### 2.3.2. Aplicação dos questionários

A recolha de dados presencial junto das modalidades desportivas decorreu com a presença de um entrevistador, entre os meses de Outubro e Novembro de 2012, todos os dias da semana em que decorriam as atividades desportivas, nas diversas instalações desportivas correspondentes. Recorreu-se à informação disponibilizada pelo GDAAUALG, no folheto promocional “Faz Desporto” para identificar os locais e horários de prática das respetivas atividades.

**Tabela 3.1.** - Listagem de locais para aplicação dos questionários

<b>Atividade</b>	<b>Local</b>
Balance	Pavilhão Escola Superior de Educação e Comunicação
GAP	
Ritmos Latinos	
Salsa	
Tai chi	
Zumba	
Andebol	Pavilhão da Escola Secundária de Pinheiro e Rosa
Basquetebol	Pavilhão da Escola EB 2,3 Joaquim Magalhães
Futebol 11	Campo Municipal da Penha
Futsal	Pavilhão da Escola EB 2,3 Afonso III
Rugby	Campo da Pista de Atletismo de Faro
Voleibol	Pavilhão da Escola Secundária de Pinheiro e Rosa

**Fonte:** Elaboração própria

Foi solicitada permissão e colaboração aos técnicos responsáveis pelas modalidades, para a aplicação dos questionários aos utentes. Aqueles foram aplicados nos momentos antecedentes e posteriores ao horário das práticas. Importa ainda referir que todos os utentes participaram de forma voluntária no estudo. As taxas de recusa foram insignificantes, apenas relevadas com os motivos de não resposta por não perceber português, pelos utentes de origem estrangeira, designadamente segundo informação do GDAAUALG, que são estudantes na Universidade do Algarve ao abrigo de protocolos de intercâmbio internacional.

Um dos fatores de sucesso de aplicação do questionário centrou-se no fato do inquiridor ser o próprio autor e ao mesmo tempo ter conhecimento genérico das atividades e

participantes por via de ser funcionário do GDAAUALG, sendo identificado desse modo, no momento da aplicação.

Por outro lado foi igualmente construída uma plataforma *online*, que alojou o mesmo questionário e foi difundida no mesmo período, diretamente pela base de contatos dos atuais e antigos utentes registados pelo GDAAUALG, alargando o espectro de sucesso de recolha de informação para o estudo.

### **3. População do estudo**

#### **3.1. Caracterização geral do Gabinete de Desporto da Associação Académica da Universidade do Algarve.**

O Gabinete de Desporto da Associação Académica da Universidade do Algarve (GDAAUALG), atua enquanto serviço participativo, sendo que o seu objeto passa pelo serviço de consumo para saúde/*fitness*. Enquadrando historicamente a evolução do serviço perante a comunidade onde atua, o primeiro organismo dedicado á dinamização do desporto na Universidade do Algarve (UALG), surgiu em Março de 1993, com a criação da Secção Académica de Desporto da Universidade do Algarve (SADUAL) e, que estava ligada às várias associações de estudantes existentes na época. Durante muitos anos, os responsáveis pelo seu funcionamento foram estudantes que, fora das horas das aulas, organizavam atividades desportivas para a comunidade académica e orientavam as equipas que representavam a academia na Federação Académica do Desporto Universitário (FADU).

Anos mais tarde, em 1999, com a criação por parte da Universidade do Algarve, da Fundação Académica Prof. Dr. Montalvão Marques, o desporto (juntamente com a cultura e outras áreas), passou a ser orientado por um Gabinete de Gestão Desportiva (GGD), ligado diretamente à reitoria e que contava, no início, com um professor de Educação Física contratado. Em 2003, por ser uma estrutura que trazia muitos gastos tendo em conta as verbas disponíveis, houve a necessidade de extinguir a Fundação Académica Prof. Dr. Montalvão Marques e, naturalmente, todos os seus gabinetes. Deste modo e após várias reuniões entre todas as partes, foi decidido que deixaria de existir o GGD para ser criado o Gabinete de Desporto da Associação Académica da Universidade do Algarve (GDAAUALG). Esta proposta pretendia que o desporto da

UALG estivesse dentro da Associação Académica da Universidade do Algarve, mas com estreita ligação à Reitoria e aos Serviços de Ação Social (SAS).

Atualmente o GDAAUALG, segundo o seu plano estratégico 2010-2014, opera com a missão de:

Ser uma organização referência no âmbito do desporto universitário, promovendo e facilitando a prática desportiva através de um conjunto de atividades e processos sustentados em bens e valores como a qualidade de vida, satisfação dos utentes, a excelência e a inovação e a promoção de hábitos de saudáveis.

Tendo por base a missão referida o GDAAUALG desde 2010 atua com a mensagem promocional “faz desporto, fica ativo, fica saudável, fica feliz” tendo os coordenadores apoiados pelos técnicos responsáveis pelas modalidades e voluntários, a incumbência de operacionalizar um plano de atividades anual, correspondendo ao plano e calendário curricular da UALG. Este plano divide-se em três componentes fundamentais de ação, ou seja as modalidades coletivas (atividades sem música), as aulas de grupo (atividade com música) e os eventos.

As modalidades coletivas são as atividades que maior número de estudantes aglomera tendo por esse facto um maior grau de organização e acompanhamento. Estas têm o seu período de época competitiva concentrado entre Outubro e Maio, onde se apresentaram semanalmente com dois a três treinos devidamente enquadrados tecnicamente, tendo em vista como prioridade a preparação e planeamento de equipas de ambos os géneros representativas da UALG para as participações competitivas universitárias. Além da componente competitiva, estas modalidades também proporcionaram aos que preferiram a componente recreativa, sem qualquer associação a competições, somente com o intuito de praticar a modalidade, pelos bens associados a esta.

**Tabela 3.2.** – Modalidades coletivas e sexo das equipas desenvolvidas na estrutura desportiva do GDAAUALG

<b>Modalidade</b>	<b>Sexo</b>
Andebol	Masculino
Basquetebol	Feminino e Masculino
Futebol 11	Masculino
Futsal	Feminino e Masculino
Rugby	Masculino

Voleibol	Feminino e Masculino
----------	----------------------

Fonte: Elaboração própria

As aulas de grupo são desenvolvidas igualmente com caráter regular com dois momentos semanais entre Outubro e Junho e surgem na vertente recreativa com a promoção da saúde e consequente melhoria da qualidade de vida como principal objeto. Neste âmbito, realizam-se aulas com acompanhamento musical, em que se desenvolvem os diversos parâmetros da aptidão física (resistência cardiovascular, força/resistência muscular e flexibilidade).

**Tabela 3.2.** – Aulas de grupo desenvolvidas na estrutura desportiva do GDAAUALG

<b>Aulas de grupo</b>
Balance
GAP
Ritmos Latinos
Salsa
Tai chi
Zumba

Fonte: Elaboração própria

Por final, os eventos desportivos são importantes para quem neles participa e até mesmo para a realização pessoal de quem neles intervém. Os eventos surgem como uma parte importante para a instituição e região que os desenvolve, dando-lhes notoriedade e reconhecimento. Entre os mais participados e com maior historial destacam-se o Trofeu Reitor Universidade do Algarve, campus em férias, circuito de passeios pedestres e os eventos de formação de curta duração.

O lote de atividades proposta, visa abranger alguma variedade na escolha possível de cada praticante e corresponder a um custo de participação social, evitando que o valor financeiro seja uma limitação na hora de escolher e realizar qualquer prática desportiva na UALG, designadamente nos tempos correntes, em que crise financeira assola a sociedade portuguesa, mais particularmente a comunidade académica. O investimento é dividido entre os serviços de ação social da Universidade do Algarve SASUALG, as

receitas conseguidas através das inscrições nas diferentes modalidades desportivas e através de alguns patrocínios.

As instalações desportivas utilizadas para a prática da maioria destas modalidades e organização de atividades pelo GDAAUALG são as cedidas pela divisão de desporto e juventude da Câmara municipal de Faro DDJCMF e o Ginásio da Escola Superior de Educação.

### **3.2. Caracterização da amostra**

Realizamos o nosso estudo com a colaboração do GDAAUALG, entidade responsável pela dinamização dos serviços desportivos na UALG. O serviço apresentou, no ano letivo de 2011/2012, uma participação de 1381 utentes, distribuídos por 17 modalidades desportivas de caráter regular, sendo praticada pelo menos duas vezes por semana, durante pelo menos 45 minutos, entre os meses de Outubro e Junho, respeitando o calendário letivo da UALG.

Segmentámos a população do estudo de acordo com os seguintes critérios de inclusão que considerámos relevantes para constituir a amostra global do estudo:

- Atividades desportivas em vigor no GDAAUALG em vigor, de acordo com a periodicidade semanal;
- Utentes que se encontram ou estiveram registados na base de dados de inscrições das atividades desportivas do GDAAUALG
- Utentes com os pagamentos em dia e que tenham sido utilizadores há pelo menos seis meses, para assegurar a fiabilidade dos resultados obtidos.

Os utentes foram igualmente divididos pelas categorias estabelecidas pelo próprio GDAAUALG, ou seja:

- a) Aluno UALG (aluno com matrícula ativa e em vigor no ano letivo corrente na UALG);
- b) Antigo Aluno UALG (aluno que teve no passado, matrícula ativa na UALG);
- c) Funcionário UALG (colaborador com cargo não docente na UALG);
- d) Docente UALG (colaborador com cargo docente na UALG);
- e) Externo (utente sem qualquer tipo de relação atual ou anterior com a UALG).

De acordo com estes critérios de inclusão a nossa amostra foi constituída por 290 utentes atuais e antigos utentes das atividades desportivas, disponibilizadas pelo GDAAUALG.

Nos resultados obtidos pelas respostas ao questionário obteve-se uma percentagem 52.1% no que diz respeito ao grau de participação feminina, sendo que na restante percentagem, 46.5% foram do sexo masculino e os restantes 1,4% foram aqueles utentes que não assinalaram o seu sexo.

A idade média dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG é de aproximadamente 25 anos (M=24.77). Verificamos ainda que o valor mínimo de idades é de 15 anos e o valor máximo é de 62 anos, sendo a média de idades aproximadamente de 25 anos. (M=24.77). Perante o agrupamento de idades, assinala-se que a maioria das respostas com 60.3% provêm dos participantes com menos de 25 anos, seguido daqueles que têm entre 25 e 50 anos com 31,4%. Na tabela seguinte incluíram-se ainda os valores perdidos, ou seja aqueles que não assinalaram a idade no preenchimento do questionário.

**Tabela 3.4.-** Distribuição dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG por grupos de idade.

<b>Grupos de idade</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentagem</b>
Menores que 25	175	60,3
Entre 26 e 50	91	31,4
Maiores que 51	3	1,0
Perdidos	21	7,2
Total	290	100,0

**Fonte:** Output SPSS, v. 17.0

No que diz respeito à categoria do utente, as informações dividiram-se por 73.8% de alunos, 15,2% de antigos alunos, 1,1% de funcionários, 0,7% docentes e 7,4% externos que participam nas atividades.

**Tabela 3.5.-** Distribuição dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG por categorias.

	<b>Percentagem</b>
Aluno	73,8
Antigo Aluno	15,2

Funcionário	1,1
Docente	,7
Externo	7,4
Total	100.0

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

Tendo em conta as habilitações literárias, a maioria dos entrevistados corresponde aos que possuem o ensino secundário (42,5%), sendo que os que possuem as habilitações mais baixas, ou seja o 1.º ciclo, refletem a menor participação com 1.8%. Importa referir que a hipótese sem estudos, não acolheu qualquer referência por parte dos entrevistados. Aqueles que possuem habilitações no âmbito no ensino superior, ou seja, com licenciatura ou pós-graduação, representam 38,2% e 13,5% respetivamente.

**Tabela 3.6.** – Distribuição dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG por habilitações literárias, de acordo com a respetiva frequência de utilização do serviço.

	Frequência de utilização (%)
1.º Ciclo	1,8
3.º Ciclo	1,5
Ensino Secundário (12.º ano)	42,5
Técnico Profissional Específico	2,5
Licenciatura	38,2
Ensino Pós-graduado	13,5
Total	100,0

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

A modalidade ou atividade mais referida pelos entrevistados como a mais praticada foi o voleibol, seguido pelo futebol e pelo GAP.

**Tabela 3.7.** - Atividades desportivas praticadas utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG.

	N.º de utentes	Percentagem
Aeróbica	4	1,4
Andebol	12	4,1
Atletismo	1	,3
Balance	8	2,8
Basquetebol	26	9,0
Bodyboard	1	,3
Defesa pessoal	1	,3
Fitness	1	,3

Futebol	32	11,0
Futsal	2	,7
Futsal	23	7,9
Gap	1	,3
GAP	25	8,6
Hip Hop	1	,3
Karaté	3	1,0
Krav Mag	1	,3
Mergulho	1	,3
Natação	2	,7
Ninjutsu	3	1,0
Pilates	1	,3
Polo aquático	1	,3
Ritmos latinos	4	1,4
Rugby	10	3,4
Salsa	7	2,4
Step	1	,3
Tai chi	13	4,4
Ténis	1	,3
Voleibol	46	15,9
Yoga	9	3,1
Zumba	22	7,6
Total	290	100,0

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

A tabela seguinte agrupa as diferentes modalidades em duas categorias diferentes, designadamente aquelas que são praticadas sem música e aquelas que são praticadas com música.

**Tabela 3.8.** - Atividades desportivas praticadas utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG agrupadas por categoria.

	<b>N.º de utentes Percentagem</b>	
Atividade sem música	101	34,8
Atividade com música	161	55,5

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

Sobre as atividades referidas recai uma média de valorização de 8.06, ou seja aproximadamente 8 valores, numa escala de 1 a 10 referida no questionário.

A frequência de prática semanal foi outra das questões colocadas e a maioria dos entrevistados refere que pratica atividade física 2-3 vezes por semana, nomeadamente com 75,5 % dos indivíduos que compõem a amostra.

**Tabela 3.9.** – Frequência de prática desportiva dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG

	N.º de utentes	Percentagem
4 ou mais vezes por semana	39	13,8
2-3 vezes por semana	213	75,5
1 vez por semana	24	8,5
Nunca	1	,4
Total	282	100,0
Perdidos	8	13,8

**Fonte:** Output SPSS, v. 17.0

No que diz respeito ao tempo médio diário de prática desportiva como utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG, os participantes referem que em média dedicam 92,28 minutos à prática de atividade física, sendo que o valor máximo referido foi de 540 minutos e no sentido oposto, o valor mínimo é 10 minutos.

#### **4. Procedimento para análise dos dados**

Numa investigação deste tipo, onde se propõe como uma das técnicas de recolha de informação uma modalidade de carácter puramente quantitativo, é de esperar que a interpretação do questionário se realize mediante a aplicação de técnicas de análises quantitativas (Bizquerra, 1987).

Analysaram-se os dados, numa fase inicial, de forma a proceder à sua depuração. Seguidamente estes foram tabulados e mecanizados informaticamente, com o programa informático SPSS versão 17.0 e AMOS versão 20.0.

Em primeiro lugar, determinaram-se o tipo de dados que se encontraram na investigação, a fim de poder definir as operações estatísticas que se realizaram. Nesta investigação encontraram-se tanto dados ordinais, que permitirão estabelecer uma

ordem ou magnitude entre as diferentes respostas, como nominais, isto é, aqueles que nos permitem estabelecer relações de igualdade/desigualdade entre os sujeitos que estamos avaliando.

Os métodos estatísticos que se utilizaram foram de tendência central, que são índices, qualitativos ou quantitativos, que proporcionam informação sobre a posição que ocupa uma determinada amostra, respeitando a distribuição de valores de uma variável. Com variáveis nominais, o método estatístico que mais se utilizará será a moda, que se trata do valor da variável que mais vezes se repete, o valor que maior frequência tem. Por outro lado, nas variáveis quantitativas é a média o método estatístico que se utilizará.

Na operação seguinte que se realizaram com as diferentes variáveis será a forma de distribuição. Esta será analisada de uma maneira direta através das frequências, será contabilizado quantas vezes se repete cada valor da amostra, e serão transformadas as frequências absolutas (número de vezes que se repete o valor) nas frequências relativas (percentagens).

Utilizaram-se as tabelas de distribuição de frequências no estudo das variáveis nominais ou ordinais, visto que permitiram analisar as percentagens dos sujeitos da amostra que optam por uma ou por outra alternativa de resposta em cada uma das perguntas do questionário.

Depois, na análise descritiva, será feita uma análise inferencial que terá por objetivo constatar o grau de associação/relação entre as diversas variáveis controladas. A estatística inferencial preocupa-se com a lógica e procedimentos para a inferência ou indução de propriedades de uma população com base nos resultados obtidos numa amostra conhecida (García, 1994).

Quando o objetivo da investigação se centra em constatar o grau de associação/relação entre variáveis nominais e/ou ordinais, realizaram-se tabelas de contingência e a prova de contraste  $\chi^2$ . Segundo García (1994), a técnica do  $\chi^2$  é do tipo que mede a qualidade de ajuste, quando se dispõe do número observado de pessoas, objetos ou respostas que pertencem a cada categoria e o número esperado baseado na hipótese nula. A prova de

$\chi^2$  mede a existência ou não de uma diferença significativa entre ambos tipos de números ou frequências.

O mesmo autor refere ainda que, no que respeita à interpretação, se as frequências observadas e esperadas se assemelham, as diferenças serão pequenas e por efeito conseqüentemente o valor de  $\chi^2$  será pequeno. No sentido oposto, se os valores se afastam entre si, as diferenças serão grandes e portanto, o valor de  $\chi^2$  será elevado. O autor consta que se pode afirmar que quanto maior seja o valor de  $\chi^2$ , maior será a probabilidade de que as frequências observadas não provenham de uma população em que se baseia a hipótese nula (García, 1994).

Deste modo, poderá dizer-se que se o grau de significância do contraste da prova do  $\chi^2$  é maior que 0.05, então há uma independência entre as variáveis, ou seja, não há associação entre ambas. No sentido oposto, se é menor, então pode afirmar-se que existe associação.

No caso de dados quantitativos, a correlação é o método de análise adequado quando se precisa conhecer a possível relação entre duas variáveis deste tipo. Assim, o grau de associação entre duas variáveis numéricas pode quantificar-se mediante o cálculo de um coeficiente de correlação. Deve entender-se, que o coeficiente de correlação não proporciona necessariamente uma medida da causalidade entre ambas variáveis assim como somente o grau de relação entre as mesmas.

A medida habitualmente utilizada para o estudo da correlação é o coeficiente de correlação linear de Pearson. O coeficiente de Pearson mede o grau de associação linear entre duas variáveis quaisquer, e pode calcular-se dividindo a covariância de ambas entre o produto do desvio padrão das variáveis. Para um conjunto de dados, o valor “r” deste coeficiente pode tomar qualquer valor entre -1 e +1. O valor de “r” será positivo se existe uma relação direta entre ambas variáveis, isto é, se as mesmas aumentam ao mesmo tempo. Será negativo se a relação é inversa, isto é, quando uma variável diminui à medida que a outra aumenta. Um valor de +1 ou -1 indicará uma relação linear perfeita entre ambas variáveis, ao mesmo tempo que um valor 0 indicará que não existe relação linear entre elas. Há que ter em consideração que um valor de 0 não indica

necessariamente que não exista correlação, já que as variáveis podem apresentar uma relação não linear (García, 1994).

Quando o objetivo for relacionar variáveis qualitativas com variáveis quantitativas podem ser utilizados dois procedimentos: a prova T para amostras independentes e anova de um fator. A prova T permite constatar as hipóteses referidas com a diferença entre duas médias independentes. Uma vez conhecido o grau de significância desta prova, será utilizada a informação proporcionada por SPSS, assumindo ou rejeitando a igualdade (García, 1994).

Por outro lado, a Anova de um fator compara vários grupos numa variável quantitativa. Trata-se de uma generalização da prova T para amostras independentes com mais de duas amostras. A Anova precisa de duas condições para a sua aplicação, a normalidade da população e a igualdade de variâncias. A primeira delas em populações de um tamanho grande, não é exigível e carece de relevância, visto que o método estatístico F se comporta bem incluído com populações cujas distribuições estão distantes da normalidade (Pardo & Ruiz, 2002), enquanto a segunda vai medir mediante a prova de Levene.

Resultante dos tratamentos efetuados nos programas informáticos estabeleceu-se um nível de significância de 95%.

## Capítulo IV - APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados os resultados do inquérito efetuado junto dos utentes. Para a inserção dos dados obtidos no questionário nesta ferramenta, foi necessário proceder à codificação de todas as variáveis constantes e passíveis de serem mencionadas. Assim, para cada uma das questões, as diferentes possibilidades de resposta foram codificadas num número.

### 1. Análise dos Resultados

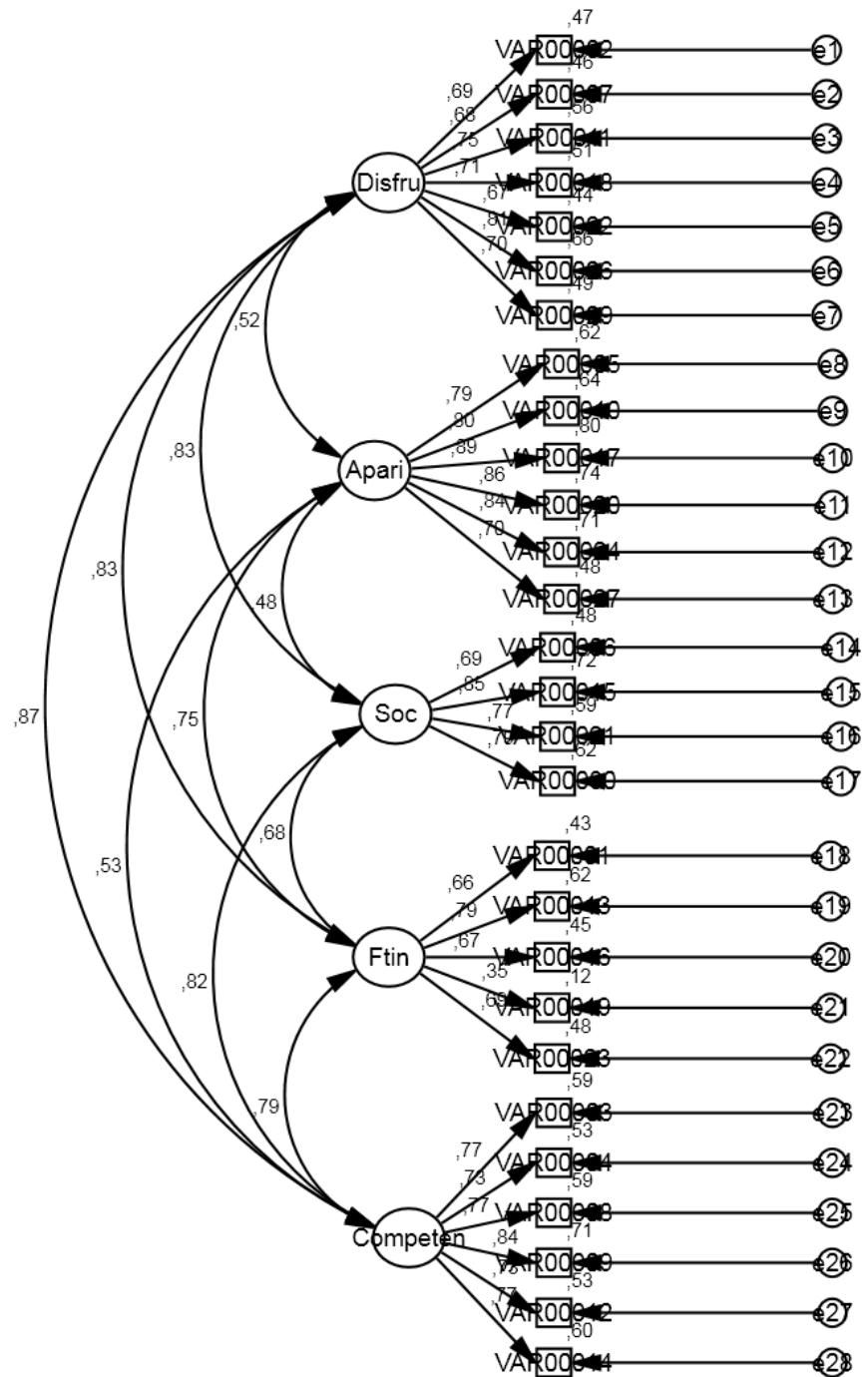
Antes da análise dos modelos calculou-se o coeficiente de Mardia para assegurar a presença de normalidade multivariada nos dados obtidos. Não foi necessário efetuar uma análise fatorial exploratória devido a possuímos resultados anteriores sobre a estrutura do modelo (Nuviala et al., *in press*).

Efetuuou-se uma análise fatorial confirmatória com o programa AMOS 20.0 para provar se a estrutura fatorial exploratória apresentava índices de ajuste corretos e de assim não se necessitar de proceder a qualquer modificação do modelo, com o objetivo de obter o melhor modelo possível. Utilizou-se o procedimento de ajuste do modelos de máxima verosimilhança para avaliar os modelos. Durante os procedimentos valorizaram-se os ajustes do modelo através da significância dos coeficientes estimados e pelo grau de coincidência entre a matriz de variâncias-covariâncias original e a matriz representada respeitou os indicadores de qualidade de ajuste. Para avaliar a qualidade do ajuste, revemos dez indicadores : estatístico chi-quadrado ( $\chi^2$ ); a razão entre  $\chi^2$  e o número de graus de liberdade ( $\chi^2/gf$ ); os índices de ajuste parciais de carácter absoluto: GFI y AGFI. Assim como os índices de ajuste adicional: NFI, TLI, CFI e IFI. Finalmente, os índices de ajuste de carácter parcimonioso: RMR y RMSEA. Além destes, com o objetivo de seguir as indicações de Byrne (2001), anexamos o critério de informação de Aiken (AIC) e o índice de validação cruzada esperada (ECVI). No final calculou-se a fiabilidade do instrumento resultante, mediante o coeficiente alfa de Cronbach, assim com a validez discriminante. Este tipo de validez avalia que o grau numa medida não se correlaciona com as medidas com as que se supõem que têm que diferir (Churchill, 1979). Para este aplicaram-se três procedimentos diferentes: cálculo de correlação entre fatores, estimação de modelos alternativos e construção de intervalos de confiança da correlação de fatores com 95% de confiança.

## **2. Validação *MPAM-R***

Verificou-se que existe normalidade multivariada nos dados obtidos, já que o coeficiente resultante de Mardia foi de 486,19, que de acordo com Bollen (1989), é inferior a  $p(p+2)$ , sendo  $p$  o número de variáveis observadas. O modelo teórico utilizado foi composto por 5 fatores e 28 itens, e obteve resultados discretos. Os índices de ajuste RMR (0.077), RMSEA (0.074) e o coeficiente  $\chi^2/\text{gl}$  (2.580) apresentaram valores excelentes. No sentido oposto, o resto dos índices apresentaram valores inadequados, embora muito próximos de serem valores excelentes (GFI=0.818; AGFI=0.739; NFI=0.844; TLI=0.886; IFI=898  $\chi^2=877.185$ ). Deste modo parece ser necessário modificar o modelo anterior. Em futuras investigações para ir de encontro às propostas de Hu e Bentler (1999), Kim e Severt (2011) e Murray e Howat (2002) seria necessário reestruturar os modelos para atingir os seguintes critérios:  $\chi^2$  não significativo ( $p > .05$ ),  $\chi^2/\text{gl}$  menor que três, índices, CFI, AGFI, NFI, TLI e IFI superiores ao valor 0,90. O índice de carácter absoluto GFI também obteve valores por acima de 0,90. Assim como os valores de SRMS e RMSEA que foram inferiores a 0,08. A fiabilidade do instrumento final mediu-se com o coeficiente alfa de Cronbach dando um valor de 0,957.

Figura 4.1. – Resultados MPAM-R



Fonte: Output AMOS, v. 20.0

Tendo alcançado sucesso nesta tarefa, prosseguimos para a análise dos motivos da prática desportiva dos utentes dos serviços do GDAUUALG.

Os dados recolhidos pela investigação sobre os motivos de prática desportiva dos utentes dos serviços desportivos do GDAUUALG mostram que os fatores saúde e

gosto, são aqueles que obtiveram valores mais altos, seguidos pelo fator competência. No sentido oposto, os fatores aparência e social obtiveram os valores mais baixos.

**Tabela 4.1.** - Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAUVALG.

	<b>Gosto</b>	<b>Aparência</b>	<b>Social</b>	<b>Saúde</b>	<b>Competência</b>
<b>Média</b>	3,6917	2,9219	3,1655	3,8463	3,4745
<b>Desvio padrão</b>	,81398	1,16707	1,09177	1,04922	,96607

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 2.1. Motivos para prática de atividade física em função da variável sexo

Ao relacionar os motivos de prática com a variável sexo, encontrou-se diferenças significativas no fator aparência. Nota-se que o sexo feminino valoriza mais este fator em comparação com o sexo masculino.

**Tabela 4.2.** - Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAUVALG em função da variável sexo.

	<b>Sexo</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio padrão</b>	<b>Prova T</b>	
				<b>t</b>	<b>Sig.</b>
Gosto	Masculino	3,7316	,76240	,798	,425
	Feminino	3,6515	,85823		
Aparência	Masculino	2,6613	1,12242	-3,412	,001
	Feminino	3,1387	1,16011		
Social	Masculino	3,2933	,98757	1,919	,056
	Feminino	3,0442	1,16149		
Saúde	Masculino	3,7762	1,25847	-,964	,336
	Feminino	3,8993	,82500		
Competência	Masculino	3,5578	,86120	1,362	,174
	Feminino	3,3986	1,04814		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 2.2. Motivos para prática de atividade física em função da variável idade

Dividimos a amostra dos utentes dos serviços desportivos do GDAUVALG em três grupos: menores ou iguais que 25 anos, entre 26 e 50 anos e maiores de 51 anos.

No estudo da relação entre prática de atividade física em função da variável idade, encontrou-se diferenças significativas nos fatores gosto, aparência, social e competência. No contexto geral, os utentes com idade menor ou igual a 25 anos, são aqueles que atribuem uma maior valorização a todas as subescalas dos motivos.

**Tabela 4.3.** - Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável idade

		Média	Desvio padrão	ANOVA	
				F	Sig.
Gosto	Menores ou iguais que 25	3,7709	,78094	7,785	,001
	Entre 26 e 50	3,5369	,81426		
	Maiores que 51	2,1905	1,01351		
	Total	3,6740	,81497		
Aparência	Menores que 25	2,9805	1,15567	4,608	,011
	Entre 26 e 50	2,7481	1,15406		
	Maiores que 51	,7500	1,06066		
	Total	2,8861	1,17081		
Social	Menores que 25	3,2892	1,02931	6,483	,002
	Entre 26 e 50	2,9556	1,15970		
	Maiores que 51	1,5000	,25000		
	Total	3,1557	1,09387		
Saúde	Menores que 25	3,8116	,81527	1,131	,324
	Entre 26 e 50	3,7432	,85605		
	Maiores que 51	3,1333	,30551		
	Total	3,7810	,82690		
Competência	Menores que 25	3,6262	,91369	13,295	,000
	Entre 26 e 50	3,1820	,96503		
	Maiores que 51	1,5000	,28868		
	Total	3,4524	,97132		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 2.3. Motivos para prática de atividade física em função da variável categoria de utente

Na exploração da relação entre motivos para prática de atividade física em função da variável categoria de utente, encontrou-se diferenças significativas nos fatores gosto, aparência, social e competência. A categoria de utente aluno, é aquela que regista maior valorização nos fatores gosto, social e competência. Por outro lado, a categoria externo é aquela que mais valoriza o fator aparência, enquanto a categoria de utente funcionário enfatiza o fator saúde.

**Tabela 4.4** - Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUVALG em função da variável categoria de utente.

		Média	Desvio padrão	ANOVA	
				F	Sig.
Gosto	Aluno	3,7896	,78663	3,704	,006
	Antigo Aluno	3,3129	,70780		
	Funcionário	3,0714	,10102		
	Docente	3,1429	1,81827		
	Externo	3,6165	1,01469		
	Total	3,6917	,81398		
Aparência	Aluno	3,0327	1,13451	3,942	,004
	Antigo Aluno	2,3413	1,15232		
	Funcionário	2,0556	,53576		
	Docente	2,5833	1,06066		
	Externo	3,2037	1,26097		
	Total	2,9219	1,16707		
Social	Aluno	3,2949	1,03245	3,917	,004
	Antigo Aluno	2,7674	1,16675		
	Funcionário	1,7500	,75000		
	Docente	2,5000	1,41421		
	Externo	2,9762	1,22195		
	Total	3,1655	1,09177		
Saúde	Aluno	3,9127	1,11489	1,789	,131
	Antigo Aluno	3,4744	,72902		
	Funcionário	4,3333	,46188		
	Docente	3,6000	1,69706		
	Externo	3,9200	,81409		
	Total	3,8463	1,04922		
Competência	Aluno	3,5967	,93841	4,454	,002
	Antigo Aluno	3,0543	,85195		
	Funcionário	2,2778	,67358		
	Docente	2,8333	1,17851		
	Externo	3,4000	1,15521		
	Total	3,4745	,96607		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

#### 2.4 Motivos para prática de atividade física em função da variável habilitações literárias

No que diz respeito à relação entre motivos para prática de atividade física em função da variável habilitações literária, detetaram-se diferenças significativas nos fatores gosto, social e competência.

**Tabela 4.5.** - Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável habilitações literárias.

		Média	Desvio padrão	ANOVA	
				F	Sig.
Gosto	1.º Ciclo	3,8857	,93895	3,831	,002
	3.º Ciclo	3,9286	1,02685		
	Ensino Secundário (12.º ano)	3,8839	,71507		
	Técnico Profissional Específico	4,0714	,71571		
	Licenciatura	3,5616	,82526		
	Ensino Pós-graduado	3,3184	,89287		
	Total	3,6894	,81319		
Aparência	1.º Ciclo	4,1000	1,05145	2,389	,038
	3.º Ciclo	4,0417	,80938		
	Ensino Secundário (12.º ano)	2,9912	1,05969		
	Técnico Profissional Específico	2,8810	1,44566		
	Licenciatura	2,8236	1,24521		
	Ensino Pós-graduado	2,6619	1,13435		
	Total	2,9170	1,16733		
Social	1.º Ciclo	3,5000	1,15920	4,380	,001
	3.º Ciclo	3,6250	,75000		
	Ensino Secundário (12.º ano)	3,3728	,93279		
	Técnico Profissional Específico	3,9286	1,00741		
	Licenciatura	3,0481	1,12942		
	Ensino Pós-graduado	2,5811	1,23048		
	Total	3,1621	1,09080		
Saúde	1.º Ciclo	4,2400	,53666	,566	,726
	3.º Ciclo	4,0000	,74833		
	Ensino Secundário (12.º ano)	3,9121	,79445		
	Técnico Profissional Específico	4,0286	,85968		
	Licenciatura	3,7243	,84022		
	Ensino Pós-graduado	3,8229	2,03948		
	Total	3,8393	1,04974		
Competência	1.º Ciclo	3,6000	1,12175	3,293	,007
	3.º Ciclo	4,1667	1,12217		
	Ensino Secundário (12.º ano)	3,6757	,81706		
	Técnico Profissional Específico	3,7500	,94722		
	Licenciatura	3,3413	1,03847		
	Ensino Pós-graduado	3,0694	,98752		
	Total	3,4706	,96472		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

## 2.5. Motivos para prática de atividade física em função da variável atividade

O estudo da realização entre os motivos para prática de atividade física em função da variável atividade indicam que não existe diferenças significativas em todos os fatores discriminados.

**Tabela 4.6.** - Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável atividade.

		Média	Desvio padrão	Prova T	
				F	Sig.
Gosto	Atividade física com música	3,7143	,83376	,297	,743
	Atividade física sem música	3,6607	,75647		
Aparência	Atividade física com música	3,0670	1,17523	2,389	,094
	Atividade física sem música	2,7834	1,16478		
Social	Atividade física com música	3,2200	1,13054	,200	,819
	Atividade física sem música	3,1376	1,03952		
Saúde	Atividade física com música	3,9184	1,36400	1,272	,282
	Atividade física sem música	3,7608	,78823		
Competência	Atividade física com música	3,4566	1,02491	,086	,918
	Atividade física sem música	3,4739	,90127		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

## 2.6. Motivos para prática de atividade física em função da variável frequência semanal de prática

Verifica-se que nos motivos para prática de atividade física em função da variável frequência semanal, apenas o fator competência apresenta valores de significância relevantes. Constata-se em todos os fatores, que perante a prática de 4 ou mais vezes por semana, os valores são mais elevados em comparação com os demais.

**Tabela 4.7.** - Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável frequência semanal de prática.

		Média	Desvio padrão	ANOVA	
				F	Sig.
Gosto	4 ou mais vezes por semana	3,8301	,68746	1,127	,339
	2-3 vezes por semana	3,6941	,83329		
	Uma vez por semana	3,4783	,81681		
	Nunca	3,0000	.		
	Total	3,6917	,81398		
Aparência	4 ou mais vezes por semana	3,0175	,97706	,220	,882
	2-3 vezes por semana	2,9199	1,17433		
	Uma vez por semana	2,7778	1,41564		
	Nunca	3,1667	.		
	Total	2,9219	1,16707		
Social	4 ou mais vezes por semana	3,2697	1,12614	,837	,475
	2-3 vezes por semana	3,1840	1,07635		
	Uma vez por semana	2,8438	1,18370		
	Nunca	3,0000	.		
	Total	3,1655	1,09177		
Saúde	4 ou mais vezes por semana	3,9684	,61076	,566	,638
	2-3 vezes por semana	3,8450	1,12647		
	Uma vez por semana	3,6417	,90213		
	Nunca	4,4000	.		
	Total	3,8463	1,04922		
Competência	4 ou mais vezes por semana	3,7895	,74100	5,838	,003
	2-3 vezes por semana	3,4782	,97053		
	Uma vez por semana	2,9444	1,04796		
	Nunca				
	Total	3,4745	,96607		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

## 2.7. Motivos para prática de atividade física em função da variável tempo médio de prática diário

Na sequência da análise da variável anterior, a questão referente ao tempo médio diário de prática é outra questão que interessa estudar em função dos motivos para a prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG. Os resultados apresentados referem que existem valores significativos nos fatores aparência e saúde. Destaca-se ainda que à exceção do fator aparência, todos os restantes apresentam

valores médios mais elevados quando o tempo médio de prática é acima dos 121 minutos diários.

**Tabela 4.8.** - Motivos para prática de atividade física dos utentes dos serviços desportivos do GDAUVALG em função da variável tempo médio de prática diário.

		Média	Desvio padrão	ANOVA	
				F	Sig.
Gosto	Menos de 60 minutos	3,6262	,78316	1,628	,198
	Entre 61 e 120 minutos	3,6957	,84675		
	Mais de 121 minutos	3,9337	,80106		
	Total	3,6893	,81541		
Aparência	Menos de 60 minutos	3,2114	1,07019	10,379	,000
	Entre 61 e 120 minutos	2,5536	1,20702		
	Mais de 121 minutos	3,0655	1,04265		
	Total	2,9117	1,16816		
Social	Menos de 60 minutos	3,0800	1,10880	2,162	,117
	Entre 61 e 120 minutos	3,1398	1,07046		
	Mais de 121 minutos	3,5431	1,04597		
	Total	3,1553	1,09046		
Saúde	Menos de 60 minutos	4,0145	1,21057	4,802	,009
	Entre 61 e 120 minutos	3,6154	,89217		
	Mais de 121 minutos	3,9929	,71073		
	Total	3,8387	1,05193		
Competência	Menos de 60 minutos	3,3470	1,00517	3,168	,044
	Entre 61 e 120 minutos	3,5086	,93505		
	Mais de 121 minutos	3,8393	,85042		
	Total	3,4693	,96772		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 3. Validação EPOD2: Qualidade percebida

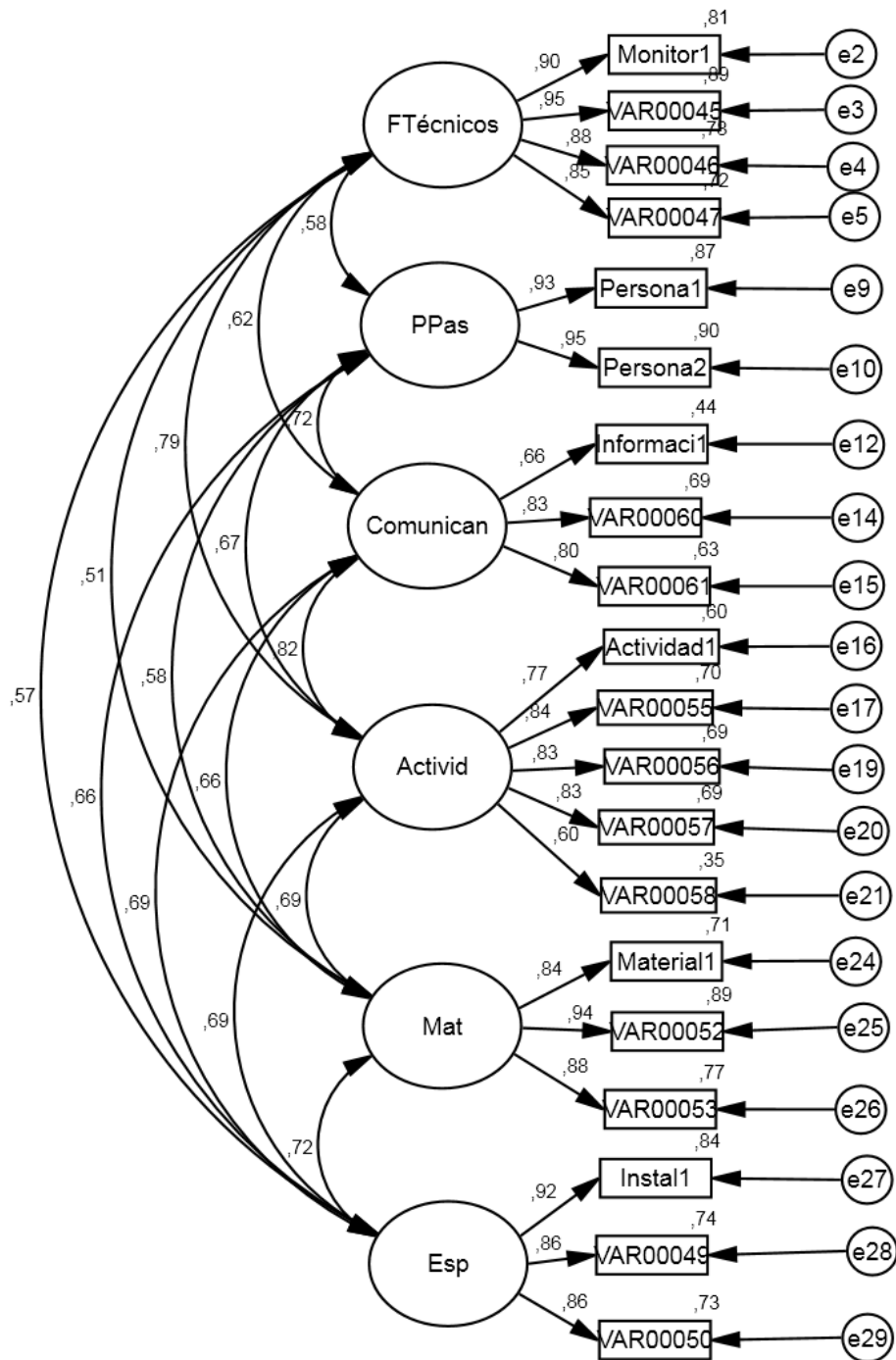
Em primeiro lugar avaliou-se a normalidade multivariada. O coeficiente resultante de Mardia foi de 132,116 que de acordo com Bollen (1989) é inferior a  $p(p+2)$ , sendo  $p$  o número de variáveis observadas.

O modelo teórico estudado é composto por 6 fatores e 20 itens, e obteve resultados excelentes. Os índices de ajuste GFI=0.908; CFI=0.971; IFI=0.91; NFI=0.942; TLI=0.965; RMR=0.047; RMSEA=0.056; AIC=406.370; ECVI=1.406;  $\chi^2/gf= 1.912$

ofereceram valores excelentes. Pelo contrário, o índice AGFI=0.876 apresentou valores inadequados.

O modelo teórico estudado demonstrou um bom ajuste. Superou os critérios estabelecidos para a qualidade do ajuste (Hu & Bentler, 1999; Kim & Severt, 2011; Murray & Howat, 2002):  $\chi^2$  não significativo ( $p > 0,05$ ),  $\chi^2/gf$  menor que três, índices CFI, AGFI, NFI, TLI e IFI superiores ao valor 0,90. O índice de carácter absoluto GFI também não atinge valores acima de 0,90, mas fica muito próximo. Os valores de SRMS e RMSEA foram inferiores a 0,08.

**Figura 4.2.** – Resultados EPOD2:qualidade percebida



Fonte: Output AMOS, v. 20.0

Tendo alcançado sucesso nesta tarefa, prosseguimos para a análise da qualidade dos utentes dos serviços do GDAAUALG.

Quando se realizou a análise fatorial da escala de qualidade percebida (EPOD2), encontraram-se seis fatores resultantes: técnico (monitores, responsáveis de

modalidade), instalações desportivas, materiais (equipamentos auxiliares), atividade (modalidade), informação (comunicação), pessoal (funcionários de serviço). Os resultados da investigação apresentam dados positivos sobre a qualidade percebida, por parte dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG. (M=3,85; D.P.=0,82). Os fatores, técnico e atividade, são aqueles que apresentam valorização mais alta, em detrimento dos restantes fatores, nomeadamente instalações, materiais e informação, que obtêm os resultados mais baixos.

**Tabela 4.11.** - Qualidade percebida pelos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG.

	Qualidade	Técnico	Instalações	Materiais	Atividade	Informação	Pessoal
Média	3,3835	3,7885	3,3244	3,2466	3,7378	2,8582	3,4219
D.P:	,82949	,99132	1,01977	1,14420	,83794	,99635	1,01180

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 3.1. Qualidade percebida em função da variável sexo.

Ao relacionar da valorização do serviço em função da variável sexo, não se encontraram diferenças significativas na valorização global da qualidade. Tanto o sexo feminino quanto o sexo masculino apresenta valorizações semelhantes a todos os fatores referidos.

**Tabela 4.11.** – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável sexo.

	Sexo	Média	D.P.	Prova T para a igualdade de médias	
				t	Sig.
Qualidade percebida	Masculino	3,3070	,87443	1,876	,172
	Feminino	3,4508	,78500		
Técnicos	Masculino	3,6715	1,03332	1,623	,199
	Feminino	3,8837	,95021		
Instalações	Masculino	3,2987	1,08659	,152	,697
	Feminino	3,3479	,95817		
Materiais	Masculino	3,0476	1,23051	3,790	,024
	Feminino	3,4178	1,03785		
Atividade	Masculino	3,6640	,86718	,930	,396
	Feminino	3,8000	,81215		
Informação	Masculino	2,7715	1,01779	1,456	,235
	Feminino	2,9254	,97417		
Funcionários	Masculino	3,3760	1,00534	,381	,683
	Feminino	3,4580	1,02176		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 3.2. Qualidade percebida em função da variável idade

Verifica-se que existem diferenças significativas em alguns fatores, destacando-se as instalações, os materiais e os funcionários. No geral o grupo de utentes com idades menores de 25 anos são aqueles que atribuem maior valorização à qualidade percebida do serviço recebido.

**Tabela 4.12.** – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAUVALG em função da variável idade.

		Média	Desvio padrão	F	Sig.
Qualidade percebida	Menores que 25	3,4727	,81387	5,984	,003
	Entre 26 e 50	3,1452	,79779		
	Maiores que 51	2,3319	,11196		
	Total	3,3586	,82349		
Técnicos	Menores que 25	3,8166	1,02988	,896	,410
	Entre 26 e 50	3,6599	,91548		
	Maiores que 51	3,4167	,52042		
	Total	3,7597	,98969		
Instalações	Menores que 25	3,4444	,99008	6,876	,001
	Entre 26 e 50	3,0235	,98371		
	Maiores que 51	2,0000	,00000		
	Total	3,2928	1,00854		
Materiais	Menores que 25	3,3957	1,11203	6,394	,002
	Entre 26 e 50	2,8927	1,15077		
	Maiores que 51	2,3333	,94281		
	Total	3,2192	1,14772		
Atividade	Menores que 25	3,7787	,84460	2,386	,094
	Entre 26 e 50	3,6202	,82022		
	Maiores que 51	2,9333	,41633		
	Total	3,7149	,83829		
Informação	Menores que 25	2,8922	,99743	2,582	,078
	Entre 26 e 50	2,7636	,99392		
	Maiores que 51	1,6667	,33333		
	Total	2,8353	,99887		
Funcionários	Menores que 25	3,5292	,94201	5,872	,003
	Entre 26 e 50	3,1628	1,09663		
	Maiores que 51	2,0000	,00000		
	Total	3,3958	1,01287		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 3.3. Qualidade percebida em função da variável categoria de utente

Ao relacionar a categoria de utente, encontramos diferenças significativas apenas no fator atividade. A categoria de utente “aluno” é aquela que atribui maior valorização à qualidade percebida pelo serviço prestado pelo GDAAUALG. Os utentes que integram esta categoria atribuem maior valorização aos fatores instalações e materiais. Pelo contrário, a categoria relativa aos docentes, é aquela que atribui valorização mais baixa à qualidade percebida pelo serviço prestado.

**Tabela 4.13.** – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável categoria de utente.

		Média	Desvio padrão	ANOVA	
				F	Sig.
Qualidade percebida	Aluno	3,4487	,83871	2,090	,083
	Antigo Aluno	3,1253	,66394		
	Funcionário	3,1111	.		
	Docente	1,9444	.		
	Externo	3,3470	,97900		
	Total	3,3835	,82949		
Técnicos	Aluno	3,4487	,83871	1,920	,108
	Antigo Aluno	3,7891	1,03403		
	Funcionário	3,5595	,78245		
	Docente	4,5833	,52042		
	Externo	3,3750	1,94454		
	Total	4,1667	,80364		
Instalações	Aluno	3,4233	,99900	2,568	,039
	Antigo Aluno	2,9380	,94072		
	Funcionário	3,0000	,00000		
	Docente	2,0000	.		
	Externo	3,2500	1,29672		
	Total	3,3244	1,01977		
Materiais	Aluno	3,3777	1,12268	1,233	,297
	Antigo Aluno	2,7519	1,16177		
	Funcionário	3,1111	,69389		
	Docente	2,5000	1,17851		
	Externo	3,0556	1,12168		
	Total	3,2466	1,14420		
Atividade	Aluno	3,7961	,85131	4,454	,002
	Antigo Aluno	3,4905	,70428		
	Funcionário	3,8000	,72111		
	Docente	3,5000	2,12132		
	Externo	3,6800	,83199		

	Total	3,7378	,83794		
	Aluno	2,8998	,98857		
	Antigo Aluno	2,6587	,93266		
Informação	Funcionário	2,8333	,70711	,737	,568
	Docente	3,5000	2,12132		
	Externo	2,7895	1,15583		
	Total	2,8582	,99635		
	Aluno	3,4755	,98355		
	Antigo Aluno	3,1310	1,01248		
Funcionários	Funcionário	4,0000	1,41421	1,716	,147
	Docente	2,0000	.		
	Externo	3,5000	1,19208		
	Total	3,4219	1,01180		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 3.4. Qualidade percebida em função da variável habilitações literárias

No estudo encontrou-se diferenças significativas no que se refere à variável atividade. A evolução do nível de formação não influencia a valorização atribuída à qualidade percebida pelo serviço desenvolvido.

**Tabela 4.14.** – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAUVALG em função da variável habilitações literárias.

		Média	Desvio padrão	ANOVA	
				F	Sig.
Qualidade percebida	1.º Ciclo	3,8511	,94885	2,621	,025
	3.º Ciclo	3,9917	,12178		
	Ensino Secundário (12.º ano)	3,4946	,82859		
	Técnico Profissional Específico	3,5468	,88965		
	Licenciatura	3,3317	,77629		
	Ensino Pós-graduado	2,9848	,84757		
	Total	3,3776	,82586		
Técnicos	1.º Ciclo	3,8000	1,00623	1,034	,398
	3.º Ciclo	4,1875	,74652		
	Ensino Secundário (12.º ano)	3,8504	1,03294		
	Técnico Profissional Específico	4,1429	,49701		
	Licenciatura	3,7599	,98038		
	Ensino Pós-graduado	3,4929	,95772		
Instalações	1.º Ciclo	3,8000	1,16905	2,224	,052
	3.º Ciclo	3,8333	1,17851		
	Ensino Secundário (12.º ano)	3,4955	1,02382		
	Técnico Profissional Específico	3,3810	1,29713		
	Licenciatura	3,2145	,95054		

	Ensino Pós-graduado	2,9429	1,01133		
Materiais	1.º Ciclo	3,5333	1,50185		
	3.º Ciclo	3,5000	,79349		
	Ensino Secundário (12.º ano)	3,5221	1,09732	,897	,483
	Técnico Profissional Específico	3,1429	1,38587		
	Licenciatura	3,0957	1,10789		
	Ensino Pós-graduado	2,7387	1,16039		
Atividade	1.º Ciclo	4,2400	,55498		
	3.º Ciclo	3,4000	,36515		
	Ensino Secundário (12.º ano)	3,8035	,84224	4,454	,002
	Técnico Profissional Específico	3,8286	,81182		
	Licenciatura	3,6647	,83020		
	Ensino Pós-graduado	3,6389	,90689		
Informação	1.º Ciclo	3,7333	,86281		
	3.º Ciclo	3,5556	,69389		
	Ensino Secundário (12.º ano)	2,9129	1,04031	1,626	,153
	Técnico Profissional Específico	3,0000	1,12217		
	Licenciatura	2,7702	,93355		
	Ensino Pós-graduado	2,6667	,95581		
Funcionários	1.º Ciclo	4,0000	1,00000		
	3.º Ciclo	3,5000	1,00000		
	Ensino Secundário (12.º ano)	3,5219	,95563	2,481	,032
	Técnico Profissional Específico	3,7857	,56695		
	Licenciatura	3,4078	1,01157		
	Ensino Pós-graduado	2,9286	1,12553		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 3.5. Qualidade percebida em função da variável categoria atividade

A valorização média sobre a qualidade percebida obtida com a totalidade dos itens que compõem a escala foi boa ( $M=3,55$ ;  $D.P= 3,27$ ). Encontrou-se diferenças significativas nos itens técnico e atividade, ao contrário dos restantes que não apresentam valores relevantes. Nos fatores técnico e atividade, destaca-se a valorização média mais elevada nas atividades física com música.

**Tabela 4.15.** – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável atividade.

		Média	Desvio padrão	T	
				F	Sig.
Qualidade percebida	Atividade física com música	3,5552	,81563	3,196	,043
	Atividade física sem música	3,2722	,82296		
Técnicos	Atividade física com música	4,0182	,94120	4,442	,013
	Atividade física sem música	3,6345	,97762		
Instalações	Atividade física com música	3,4281	1,00314	,895	,410
	Atividade física sem música	3,2488	1,01869		
Materiais	Atividade física com música	3,4276	1,13992	3,216	,042
	Atividade física sem música	3,0833	1,16108		
Atividade	Atividade física com música	3,9120	,81418	3,957	,020
	Atividade física sem música	3,6097	,82660		
Informação	Atividade física com música	2,9898	1,01134	1,374	,255
	Atividade física sem música	2,7894	,94095		
Funcionários	Atividade física com música	3,5758	,98292	1,847	,160
	Atividade física sem música	3,3253	1,03822		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 3.6. Qualidade percebida em função da variável categoria frequência semanal de prática

Os utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG não atribuem diferenças significativas à qualidade percebida, resultante dos fatores associados. A valorização média é mais elevada na maioria dos fatores, à exceção do fator técnico, quando a frequência de prática é de 4 vezes ou mais vezes por semana.

**Tabela 4.16.** – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAAUALG em função da variável frequência semanal de prática.

		Média	Desvio padrão	ANOVA	
				F	Sig.
Qualidade percebida	4 ou mais vezes por semana	3,4739	,77307	,586	,557
	2-3 vezes por semana	3,3831	,84617		
	Uma vez por semana	3,2282	,78236		
	Nunca	3,3835	,82949		
	Total	3,4739	,77307		
Técnicos	4 ou mais vezes por semana	3,7027	,97154	,176	,839
	2-3 vezes por semana	3,7985	1,00247		
	Uma vez por semana	3,8370	,95527		
	Nunca	3,7885	,99132		
	Total	3,7027	,97154		

Instalações	4 ou mais vezes por semana	3,4386	1,03136	1,070	,345
	2-3 vezes por semana	3,3333	1,03451		
	Uma vez por semana	3,0455	,83758		
	Nunca	3,3244	1,01977		
	Total	3,4386	1,03136		
Materiais	4 ou mais vezes por semana	3,4035	1,02859	,517	,671
	2-3 vezes por semana	3,2303	1,16960		
	Uma vez por semana	3,1014	1,12562		
	Nunca	4,0000	.		
	Total	3,2466	1,14420		
Atividade	4 ou mais vezes por semana	3,8579	,78211	1,032	,379
	2-3 vezes por semana	3,7433	,84445		
	Uma vez por semana	3,4783	,86495		
	Nunca	4,0000	.		
	Total	3,7378	,83794		
Informação	4 ou mais vezes por semana	2,9649	1,03335	,309	,819
	2-3 vezes por semana	2,8535	,99919		
	Uma vez por semana	2,7121	,95005		
	Nunca	3,0000	.		
	Total	2,8582	,99635		
Pessoal	4 ou mais vezes por semana	3,6053	,91650	,697	,554
	2-3 vezes por semana	3,4010	1,03862		
	Uma vez por semana	3,2826	,92719		
	Nunca	4,0000	.		
	Total	3,4219	1,01180		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 3.7. Qualidade percebida em função da variável categoria tempo médio de prática diário

Na investigação da variável tempo médio de prática, detetam-se diferenças significativas nas variáveis técnico e atividade, em detrimentos dos restantes fatores que não apresentam valores significativos. Deste modo, no fator técnico a maior valorização média é atribuído quando a atividade física é praticada menos de 60 minutos. Em oposição no fator atividade, a maior valorização é concedida ao tempo médio de mais de 121 minutos.

**Tabela 4.17.** – Qualidade percebida dos serviços desportivos do GDAUVALG em função da variável tempo médio de prática diário.

		Média	Desvio padrão	ANOVA	
				F	Sig.
Qualidade percebida	Menos de 60 minutos	3,4603	,80448	1,367	,257
	Entre 61 e 120 minutos	3,2842	,83560		
	Mais de 121 minutos	3,4530	,90792		
	Total	3,3811	,83026		
Técnico	Menos de 60 minutos	3,9837	,95532	5,185	,006
	Entre 61 e 120 minutos	3,5761	,99845		
	Mais de 121 minutos	3,7500	,98742		
	Total	3,7831	,99289		
Instalações	Menos de 60 minutos	3,3785	1,01078	,316	,730
	Entre 61 e 120 minutos	3,2764	,99836		
	Mais de 121 minutos	3,2821	1,19142		
	Total	3,3231	1,02151		
Materiais	Menos de 60 minutos	3,2948	1,06648	,621	,538
	Entre 61 e 120 minutos	3,1525	1,20512		
	Mais de 121 minutos	3,3580	1,25720		
	Total	3,2381	1,14783		
Atividade	Menos de 60 minutos	3,8774	,78054	6,414	,002
	Entre 61 e 120 minutos	3,5293	,88475		
	Mais de 121 minutos	3,9556	,75515		
	Total	3,7341	,84186		
Informações	Menos de 60 minutos	2,9454	,93140	1,537	,217
	Entre 61 e 120 minutos	2,7299	1,05950		
	Mais de 121 minutos	2,9506	1,00725		
	Total	2,8516	,99904		
Pessoal	Menos de 60 minutos	3,4250	1,05848	,213	,808
	Entre 61 e 120 minutos	3,3814	,98856		
	Mais de 121 minutos	3,5179	,96688		
	Total	3,4154	1,01563		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 3.8. Relação entre qualidade percebida, satisfação e valor percebido

Um dos objetivos do estudo é analisar a relação entre as dimensões de qualidade de serviço, satisfação e valor percebido, com o intuito de destacar a existência de correlações entre os diferentes juízos de valor feitos pelos utentes e as várias dimensões que compõem o instrumento utilizado nesta pesquisa. Como pode ser visto na tabela

4.19., existe uma correlação positiva entre as diferentes dimensões da qualidade que compõem o instrumento utilizado.

		Técnicos	Instalações	Materiais	Atividades
EPOD2	Correlação de Pearson	,791**	,832**	,827**	,872**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000

		Informação	Pessoal	Satisfação	Valor
EPOD2	Correlação de Pearson	,835**	,812**	,780**	,652**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000

**Tabela 4.19.** - Correlação qualidade percebida, satisfação, valor percebido e dimensões da qualidade.  
**Fonte:** Output SPSS, v. 17.0

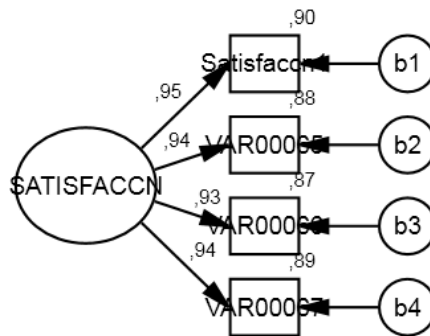
#### 4. Validação EPOD2: Satisfação

Em primeiro lugar avaliou-se a normalidade multivariada. O coeficiente resultante de Mardia foi de 26,154 que de acordo com Bollen (1989), é inferior a  $p(p+2)$ , sendo  $p$  o número de variáveis observadas.

O modelo teórico estudado é composto por 1 fator e 4 itens, e obteve resultados excelentes. Os índices de ajuste ofereceram valores excelentes. Pelo contrário, os restantes índices apresentaram valores inadequados (GFI=0.983; CFI=0.995; IFI=0.985 AGFI=0.915; NFI=0.994; TLI=0.985; RMR=0.005;). No sentido oposto os índices RMSEA (0.114) e  $\chi^2/\text{gl}$  (4,725) não apresentam bons resultados

O modelo teórico estudado demonstrou um bom ajuste. Superou os critérios estabelecidos para a qualidade do ajuste (Hu & Bentler, 1999; Kim & Severt, 2011; Murray & Howat, 2002):  $\chi^2$  não significativo ( $p > ,05$ ),  $\chi^2/\text{gl}$  menor que três, índices CFI, AGFI, NFI, TLI e IFI superiores ao valor 0,90. O índice de carácter absoluto GFI também obteve valores acima de 0,90. Os valores de SRMS e RMSEA foram superiores a 0,05.

**Figura 5.2** – Resultados EPOD2:Satisfação



Fonte: Output AMOS, v. 20.0

Tendo alcançado sucesso nesta tarefa, prosseguimos para a análise da satisfação dos utentes dos serviços do GDAAUALG.

Os resultados obtidos em relação à satisfação dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG são positivos com uma meia global de 3,99 valores, para um desvio padrão de 0,86.

#### 4.1. Satisfação em função da variável sexo

Os resultados obtidos não espelham qualquer significância premente na relação da satisfação com a variável sexo. O sexo feminino apresenta uma valorização média ligeiramente superior à do sexo masculino.

**Tabela 4.21.** - Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável sexo.

	Sexo	Média	Desvio padrão	Prova T para a igualdade de médias	
				t	Sig. (bilateral)
Satisfação	Masculino	3,9127	,90627	1,111	,331
	Feminino	4,0702	,83550		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

#### 4.2. Satisfação em função da variável idade

Encontraram-se diferenças significativas ao comparar a satisfação em função da variável idade. Nesta, os menores de 25 anos são aqueles que apresentam a média mais alta, no sentido oposto ao grupo de participantes com mais de 51 anos que apresentam a valorização mais baixa.

**Tabela 4.22.** - Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável idade.

	Idade	Média	Desvio padrão	F	Sig.
Satisfação	Menores que 25	4,0760	,86691	3,233	,041
	Entre 26 e 50	3,7978	,86346		
	Maiores que 51	3,6667	,57735		
	Total	3,9772	,87122		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

#### 4.3. Satisfação em função da variável categoria de utente

Atendendo à categoria de utente o valor de significância é de 0.068. Entre as categorias existentes a maior média é atribuída pela categoria dos funcionários. No sentido oposto a categoria docente é aquela que espelha uma valorização média mais reduzida.

**Tabela 4.23.** - Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável categoria de utente.

	Categoria	Média	Desvio padrão	ANOVA	
				F	Sig.
Satisfação	Aluno	4,0366	,87090	2,208	,068
	Antigo Aluno	3,6964	,78191		
	Funcionário	4,6667	,57735		
	Docente	3,5000	2,12132		
	Externo	4,1667	,83790		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

#### 4.4. Satisfação em função da variável habilitações literárias

No que diz respeito às habilitações literárias em função da satisfação, o valor de significância atinge 0,076. Neste, a maior valorização é concedida pelos utentes com o 1.º ciclo como habilitações literárias, sendo os utentes que possuem o 3.º ciclo que atribuem a valorização mais baixa.

**Tabela 4.24.** - Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável habilitações literárias.

	Habilitações literárias	Média	Desvio padrão	ANOVA	
				F	Sig.
Satisfação	1.º Ciclo	4,4500	,44721	2,023	,076
	3.º Ciclo	3,7500	,54006		
	Ensino Secundário (12.º ano)	4,1509	,83982		
	Técnico Profissional Específico	4,0357	,90633		

Licenciatura	3,8654	,90570
Ensino Pós-graduado	3,7786	,83748

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

#### 4.5. Satisfação em função da variável atividade

A satisfação dos utentes em ambas as categorias foi boa, não havendo diferenças significativas entre os grupos de atividades.

**Tabela 4.25.** - Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável atividade.

		Média	Desvio padrão	F	Sig.
Satisfação	Atividade física com música	4,0934	,89541	2,440	,089
	Atividade física sem música	3,8953	,84717		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

#### 4.6. Satisfação em função da variável frequência de prática desportiva

No estudo não se encontraram diferenças significativas na avaliação da satisfação em função da frequência de prática desportiva dos utentes dos serviços do GDAAUALG. Nota-se que existe uma evolução gradual da valorização dada à satisfação em função no número de vezes de prática semanal.

**Tabela 4.26.** - Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável frequência de prática.

		Média	Desvio padrão	F	Sig.
Satisfação	4 ou mais vezes por semana	4,1622	,86043	1,051	,370
	2-3 vezes por semana	3,9870	,85954		
	Uma vez por semana	3,8750	,96403		
	Nunca	3,0000	.		
	Total	3,9973	,86933		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

#### 4.7. Satisfação em função da variável tempo médio de prática

Novamente não foram encontradas diferenças significativas e quanto maior é o tempo de prática, maior é a valorização atribuída.

**Tabela 4.27.** - Valorização da satisfação dos serviços prestado pelo GDAAUALG em função da variável tempo médio de prática

		Média	Desvio padrão	F	Sig.
Satisfação	Menos de 60 minutos	4,0847	,80641	1,979	,140
	Entre 61 e 120 minutos	3,8803	,94834		
	Mais de 121 minutos	4,1207	,78382		
	Total	4,0000	,87191		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

#### 4.8 Relação satisfação, dimensões da qualidade e valor percebido.

De acordo com a tabela 4.28., podemos observar que a satisfação correlaciona-se com o valor percebido de forma positiva e significativa.

**Tabela 4.28.** - Correlação entre satisfação e dimensões da qualidade.

		Técnico	Instalações	Materiais	Atividade	Informação	Pessoal	Valor
Satisfação	C.Pearson	,641**	,608**	,608**	,782**	,617**	,625*	,691**
	Sig.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 5. Valor percebido

Os resultados obtidos oferecem valores positivos sobre o valor percebido dos utentes dos GDAAUALG sobre serviços desportivos, com uma valorização média de 3,96 para um desvio padrão de 1,01.

#### 5.1. Valor percebido em função da variável sexo

O valor de significância é de 0,10 entre os fatores, sendo que o sexo feminino apresenta uma valorização média ligeiramente superior à concedida pelos utentes do sexo masculino.

**Tabela 4.29.** – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável sexo.

	Sexo	Média	Desvio padrão	Prova T para a igualdade das médias	
				t	Sig. (bilateral)
Valor	Masculino	3,7717	1,11404	4,718	,010
	Feminino	4,1233	,89358		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

## 5.2. Valor percebido em função da variável idade

Não existem diferenças significativas no fator idade. A valorização média sobre o valor percebido aumenta conforme a idade é menor.

**Tabela 4.30.** – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável idade.

	Idade	Média	Desvio padrão	F	Sig.
Valor	Menores que 25	4,0116	1,04847	1,481	,229
	Entre 26 e 50	3,8315	,94431		
	Maiores que 51	3,3333	,57735		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

## 5.3. Valor percebido em função da categoria de utente

Na sequência dos anteriores apontamentos, não existem diferenças significativas em função da categoria de utente. A categoria funcionário é aquela que apresenta maior valorização média e, no sentido contrário, a categoria antigo aluno é aquela que apresenta a valorização média mais baixa.

**Tabela 4.31.** – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável categoria de utente.

	Categoria	Média	Desvio padrão	ANOVA	
				F	Sig.
Valor	Aluno UALG	4,0195	1,05236	2,442	,047
	Antigo Aluno	3,5581	,79589		
	Funcionário	4,6667	,57735		
	Docente	4,0000	1,41421		
	Externo	4,1429	,91026		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

## 5.4. Valor percebido em função da variável habilitações literárias

A variável habilitações literárias também não refletiu diferenças significativas. Neste, a maior valorização foi obtida no grupo dos utentes com o ensino secundário (12.ºano) e a menor no grupo dos utentes que possuem habilitações na ordem do ensino pós-graduado.

**Tabela 4.32.** – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável habilitações literárias.

Habilitações literárias	Média	Desvio	ANOVA
-------------------------	-------	--------	-------

			<b>padrão</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
	1.º Ciclo	4,0000	1,00000		
	3.º Ciclo	4,0000	,81650		
Valor	Ensino Secundário (12.º ano)	4,0603	1,04081	,503	,774
	Técnico Profissional Específico	4,0000	1,15470		
	Licenciatura	3,8835	1,05069		
	Ensino Pós-graduado	3,8108	,84452		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 5.5. Valor percebido em função da variável atividade

A diferença significativa quanto ao valor percebido segundo a atividade apresenta uma valorização e de  $P=0,20$ . As atividades com música recolhem uma valorização média mais alta em relação às atividades sem música.

**Tabela 4.33.** – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAUVALG em função da variável atividade.

	<b>Atividade</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio padrão</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Valor	Atividade física com música	4,1100	,98365	3,975	,020
	Atividade física sem música	3,8108	1,03248		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 5.6. Valor percebido em função da variável frequência de prática desportiva

Não existem diferenças significativas no valor percebido em função da frequência de prática desportiva semanal.

**Tabela 4.34.** – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável frequência de prática.

		Média	Desvio padrão	F	Sig.
Valor	4 ou mais vezes por semana	3,7895	1,09441	1,602	,189
	2-3 vezes por semana	4,0332	,95311		
	Uma vez por semana	3,6250	1,34528		
	Nunca	4,0000	.		
	Total	3,9635	1,01569		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 5.7. Valor percebido em função da variável tempo médio de prática desportiva

Não existem diferenças significativas no valor percebido em função do tempo médio de prática. Quando a prática é realizada em menos de 60 minutos a sua valorização média é maior. Por outro lado quando a prática é compreendida no espaço temporal ente 61 e 120 minutos a valorização apresenta a valorização média mais baixa.

**Tabela 4.35.** – Valor percebido dos serviços prestados pelo GDAAUALG em função da variável categoria tempo médio de prática.

	Tempo	Média	Desvio padrão	F	Sig.
Valor	Menos de 60 minutos	4,1920	,85851	8,438	,000
	Entre 61 e 120 minutos	3,6752	1,12057		
	Mais de 121 minutos	4,0690	,96106		
	Total	3,9557	1,01738		

Fonte: Output SPSS, v. 17.0

### 5.8. Relação entre valor percebido e dimensões da qualidade

Para finalizar, a tabela seguinte espelha que não existe diferenças significativas em função do valor percebido e dimensões da qualidade, sendo que, nestas últimas, a maior valorização média é atribuída ao fator atividade e a menor ao fator pessoal.

**Tabela 4.36.** - Correlações entre valor percebido e dimensões da qualidade percebida.

		Técnico	Instalações	Materiais	Atividade	Informação	Pessoal
Valor	C. Pearson	,534**	,522**	,579**	,666**	,505**	,457**
	Sig.	,000	,000	,000	,000	,000	,000

Fonte: Output SPSS, v. 17.0



## **Capítulo V – CONCLUSÕES**

Findo o estudo importa apresentar as principais conclusões do mesmo, interpretando-as de acordo os objetivos propostos. De acordo com as ilações recolhidas com manifestamos ainda e para finalizar diferentes orientações de gestão e as limitações encontradas para a realização da investigação.

### **1. Síntese dos principais resultados**

O estudo sobre serviço, aplicado ao utente dos serviços do GDAAUVALG é um objeto gerador de informações importantes para a transformação de processos e para a melhoria contínua das organizações. Esta tese é uma avaliação deste serviço desportivo, que ocorreu perante a validação para português das ferramentas MPAM-R e EPOD2. Estas geraram informações relevante para identificar os motivos para a prática desportiva e conhecer a qualidade percebida, satisfação e valor percebido, e as relações existentes entre estas dimensões.

No âmbito da exploração motivação dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUVALG para a prática desportiva, recolhemos resultados que nos indicam que as motivações dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUVALG, abordam maioritariamente os fatores gosto e saúde. No sentido oposto os motivos relacionados com a aparência e o fator social são os que menos peso têm na escolha dos serviços. Constatamos que na relação entre os motivos de prática perante a idade que encontra-se diferenças significativas gosto, aparência, social e competência. No geral, são os grupos de utentes de menor idade quem concede uma maior valorização em todas as subescalas de motivos. As interpretações vão de encontro às referências na literatura onde a motivação dos utente mais jovens para a prática de atividade física se prendem principalmente com a saúde e gosto (Castillo, Balaguer & Duda, 2000; García, 2006; Fraile & De Diego, 2006; Hellín, Moreno & Rodríguez, 2004; Nuviala, Ruiz, García & Díaz, 2006; Otero, 2009; Ruiz, García, & Díaz, 2007), sem esquecer os motivos de ordem social (García, 2006), de aparência (Kilpatrick, Hebert & Bartholomew, 2005; Oldman, Daley, & Richard, 2004) e de competência (García, 2006; Hellín et al., 2004; Moreno et al., 2007; Otero, 2009).

No que diz respeito à variável sexo encontramos diferenças significativas no fator aparência, onde os elementos do sexo feminino apresentam uma maior valorização

deste fator. No fator saúde, o mesmo sexo aponta uma maior preocupação, indo de encontro às referências existentes (García, 2006; Hellín et al., 2004; Otero, 2009). Os participantes do sexo masculino atribuem maior valorização aos fatores gosto, social e competência.

Quanto às habilitações literárias, encontraram-se diferenças significativas em todos os fatores, à exceção do fator de saúde. Não existe grande consonância em função da habilitação em relação aos motivos. O mesmo -se reflete em relação à variável categoria de utente, com as mesmas diferenças significativas e com semelhante distribuição dos fatores motivacionais, embora nesta ainda -se detete uma ligeira ascensão da categoria de utente aluno UALG nos fatores social, gosto e competência.

O tempo médio e a frequência de prática foram outras das variáveis estudadas. Nestas confirma-se que a maior predominância concedida pelos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG é dada aos fatores de gosto e saúde. A regra para estas duas variáveis segue a premissa de quanto mais se gosta ou se preocupa com a saúde, mais frequente é a prática atividade física. O maior tempo médio diário de prática da atividade física decorre quando a saúde é o fator primordial, seguido do fator gosto. Estes resultados vão de encontro às constatações de Gill, Dowd, Beaudoin e Martin, (1996), Kilpatrick et al. (2005), Torre (1998), Wilson e Rodgers (2002), e Xu e Bidle (2000).

Outro grande objetivo do estudo, é conhecer a qualidade percebida, satisfação e valor percebido dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG. Os resultados da investigação apresentam dados positivos sobre a qualidade percebida por parte dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG com valorização média de 3.85 para um desvio padrão de 0.82 sobre uma cotação de 5 valores. As dimensões vinculadas com os recursos humanos, ou seja técnicos e pessoal, são as que obtiveram as valorizações mais altas. No sentido oposto, os fatores comunicação, material e instalações são os que recolheram a valorização mais baixa. Os resultados obtidos vão ao encontro do referido na bibliografia, como por exemplo o estudo de Mañas et al. (2008) realizado com a população espanhola ou do estudo desenvolvido por Afthinos, Theodorakis e Nassis (2005) com utentes de serviços desportivos Franceses.

Na relação de qualidade percebida com a atividade, não se encontraram diferenças significativas nos fatores EPOD2, técnicos, instalações, material e informação em função dos diferentes grupos de atividades desportivas prestadas pelo GDAAUALG. Pelo contrário, essas diferenças significativas foram detetadas nos fatores pessoal e atividade.

As avaliações dos utentes também estabelecem relações a um aspeto menos tangível, a satisfação. Os resultados obtidos em relação à satisfação dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG sobre os serviços desportivos recebidos são mais positivos que a sua precedente, a qualidade do serviço, com uma valorização média de 3.99 para um desvio padrão de 0.86 sobre uma cotação de 5 valores. Este resultado pode explicar-se com base nas peculiaridades da qualidade, atitude duradora ao longo do tempo, e da satisfação, como juízo transitório para um momento específico. Todas estas constatações levam a crer que a satisfação depende em grande medida de aspetos emocionais (Olsen & Johnson, 2003).

No que diz respeito ao valor percebido dos utentes dos serviços desportivos do GDAAUALG, estes apresentam dados positivos com uma valorização média de 3.96 para um desvio padrão de 1.01 sobre uma cotação de 5 valores.

De acordo com os resultados obtidos, confirma-se uma relação estatística positiva e significativa. Estes reforçam a relação positiva existente entre a qualidade percebida, a satisfação dos utentes e valor percebido (Calabuig et al., 2010; McDougall & Levesque, 2000; Murray e Howat, 2002; Westerbeek & Shilbury, 2003).

## **2. Recomendações para gestão**

Postas as conclusões torna-se pertinente propor algumas abordagens que poderão ser efetuadas futuramente, de forma a complementar o presente estudo, devidamente complementadas pelas limitações referidas no final do capítulo.

Assim, em investigações futuras:

- Poderão ser comparadas as perceções sobre o serviço do lado do utente e do lado do prestador do serviço.
- Uma limitação também possível de ser apontada a este estudo é uma referência à não inclusão de literatura em serviços públicos ou qualidade de serviços públicos e a não inclusão extensiva de referências teóricas sobre gestão de serviços públicos. Constatamos que tal inclusão poderia influenciar alguma da discussão dos resultados obtidos.
- Desenvolver um estudo que relacione a perceção da qualidade dos serviços desportivos e a gestão de recursos humanos para uma melhor definição das estratégias de intervenção.
- Para estudos futuros, recomenda-se ampliação do público pesquisado para possibilitar novos estudos estatísticos, bem como a aplicação das ferramentas utilizadas a utentes de outras entidades de ensino superior.

Como limitações reforçamos que a presente investigação foi realizada num contexto desportivo específico dos serviços e atividades desenvolvidos pelo GDAAUAlg, baseada nos sentimentos e opiniões dos utentes destes de acordo com o instrumento de medição da qualidade por nós escolhido. Os resultados obtidos não podem ser generalizados a outros grupos de pessoas, outros contextos ou condições.

A não inclusão de literatura em serviços públicos ou qualidade de serviços públicos e a não inclusão extensiva de referências teóricas sobre gestão de serviços públicos. Constatamos que tal inclusão poderia influenciar alguma da discussão dos resultados obtidos. Futuros estudos deverão ter esta lacuna em consideração.

Consideramos que na prestação de serviços públicos seria importante a medição da qualidade não só na perspetiva dos utentes, mas também na perspetiva da comunidade. Com este enquadramento poderíamos ter indicadores do desempenho da organização,

bem como, indicadores da percepção que a comunidade académica tem da atuação do GDAAUALG.

Apesar de termos utilizado técnicas rigorosas na adaptação do instrumento de medição de qualidade de espanhol para português temos noção que, como em qualquer outra tradução, poderá estar associado algum erro de descontextualização

Releva-se que o facto de os utentes se encontrarem, na maioria dos casos, no local onde o serviço é prestado, pode influenciar a resposta que é dada pelo utente, uma vez que, ao estar na presente na atividade, sente-se na obrigação de a avaliar positivamente, independentemente de muitas vezes não concordar com determinados aspetos que lhe são colocados.

Na literatura não encontramos estudos anteriores que comparem a qualidade percebida pelos utentes em função da atividade realizada por estes. Pelo que partindo da importância de conhecer o utente, estes resultados, junto com os restantes das atividades, permitem estabelecer diferentes estratégias de melhoria da valorização das diferentes atividades, o que segundo as referencias existentes tende a derivar para uma maior adesão aos serviços desportivos por parte dos utentes atuais ou futuros (Shonk & Chelladurai, 2008).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Afthinos, &., Theodorakis, N.D. & Nassis, P. (2005). Customer's expectations of service in Greek fitness centres. Gender, age, type of sport center, and motivation differences. *Manag Serv Qual*, 15 (3), 245-258.
- Alet, J. (1994). *Marketing relacional*. Barcelona: Gestión 2000.
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C., Grouios, G. (2004). An empirical investigation of the relationships among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context. *European Sport Management Quarterly*, 4, 36-52.
- Alves, J., Brito, A., & Serpa, S. (1996). *Psicologia do desporto: Manual do treinador*. Lisboa: Psicospport.
- Anderson, J. C. (1995). Relationships in Business Markets: exchange episodes, value creation, and their empirical assessment. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23 (4), 346-350.
- Araújo, D. (2002). Definição e história da psicologia do desporto. Em Serpa, S. e Araújo, D. *Psicologia do Desporto e do Exercício* (p.9-51). Lisboa: FMH Edições.
- Arazuri, E., Elizondo, A., & Rhoden, I. (2007). A satisfação com o serviço de atividades físicas desportivas de tempo livre: o caso da comunidade universitária de “La Rioja” (Espanha). *Movimento (ESEF/UFRGS)*, 12(3), 13-42. Recuperado de <http://seer.ufrgs.br/Movimento/article/view/2918/1554>
- Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, 20 (4), 644-656.
- Babin, B. J. & Kim, K. (2001). International students` travel behavior: a model of the travel-related consumer/dissatisfaction process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 10 (1), 93-106.
- Barata, T. (2003). *Mexa-se... pela sua saúde* (3 ed.). Lisboa: Publicacoes Dom Quixote.
- Bento, J., Constantino, J. (2007). *Em Defesa do Desporto – Mutações e Valores em Conflito*. Edições Almedina, SA. Coimbra.
- Bento, J. O. (1998). *Desporto e humanismo: o campo do possível*. Rio de Janeiro: Eduerj.

- Biddle, S. J. H., e Wang, J. C. K. (2003). Motivation and self-perception profiles and links with physical activity in adolescent girl. *Journal of Adolescence*, 26, 687-701.
- Bigné, J. E., Moliner, M. A. & Carallisa, L. J. (2000). El valor y la fidelización de clientes: propuesta de modelo dinámico de comportamiento. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 9 (3), 65-78.
- Bizquerra, R. (1987). *Introducción a la estadística aplicada a la investigación educativa*. Barcelona: PPV.
- Bodet, G. (2006). Investigating customer satisfaction in a health club context by an application of the tetraclasse model. *European Sport Management Quarterly*, 6 (2), 149-165.
- Bollen, K. A. (1989). Overall fit in covariance structure models: Two types of sample size effects. *Psychological Bulletin*, 107(2), 256.
- Bolton, R.N. & Drew, J.H. (1991). A multistage model of customer's assessment of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, 17, 375-384.
- Brady & Cronin, 2001. Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65 (July), 34-49.
- Brady, M., & Robertson, C. (2001). Searching for a consensus on the antecedent role of service quality and satisfaction: an exploratory cross-national study. *Journal of Business Research*, 51 (1), 53-60.
- Bueno, A. (2002). Psicología del ejercicio y bienestar. *Psicología do desporto e do Exercício*. Lisboa: Edições FMH, 87-103.
- Byrne, B. (2001). *Structural equation modeling with Amos: Basic concepts, applications and programming*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Calabuig, F., Quintanilla, I, & Mundina, J. (2008). La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos. *International Journal of Sport Science*, 10, 25-43.
- Carta Europeia do Desporto do Conselho da Europa*. 2004, from <http://www.sportdevelopment.org.uk/ECCharter.PDF>.
- Caruana, A., Money, A. H. & Berthon, P. R. (2000). Service quality and satisfaction-the moderating role of value. *European Journal of Marketing*, 34 (11/12), 1338-1353.

- Castillo, I., & Balaguer, I. (2001). Dimensiones de los motivos de práctica deportiva de los adolescentes valencianos escolarizados. *Apunts: Educación Física y Deportes*, 63, 22-29.
- Castillo, I., Balaguer, I., & Duda, J. L. (2000). Las orientaciones de meta y los motivos de práctica deportiva en los jóvenes deportistas valencianos es-colarizados. *Revista de Psicología del Deporte*, 9(1-2), 37-50.
- Célis-Merchán, A. G. (2006). Adaptación al Español de la escala revisada de Motivos para la Actividad Física (MPAM-R) y el Cuestionario de Clima Deportivo (SCQ). *Avances en Medición*, 4, 73-90.
- Chelladurai, P. & Chang, K. (2000). Targets and Standards of Quality in Sport Services. *Sport Management Review*, 3, 1-22.
- Churchill Jr, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of marketing research*, 64-73.
- Comissão Europeia (2007) *Livro Branco Sobre o Desporto*. Comissão das Comunidades Europeias, Bruxelas.
- Conselho da Europa (1992) *Carta Europeia do Desporto*. Rhodes: Reunião da Comissão dos Ministros do Conselho da Europa.
- Correia, A. (2000). *A Qualidade como Factor Estratégico dos Serviços de Desporto*. In Correia, A; Costa, C; Mamede, P & Sacavém, A. (2000). *Serviços de Qualidade no Desporto – Piscinas, Polidesportivos e Ginásios*. Ministério da Juventude e do Desporto. Centro de Estudos e Formação Desportiva.
- Correia, A. (2001). *A qualidade como factor estratégico dos serviços de desporto*. In Correia, A.; Costa, C.;Mamede, P. & Sacavém, A. (Eds.), *Serviços de Qualidade no Desporto: Piscinas, Polidesportivos e Ginásios* (11-28). Lisboa: Instituto Nacional de Formação do Desporto.
- Costa, A. (1992) Desporto e Análise Social, *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, (2), 101 – 109.
- Cronin, J. J., Brady, M. K. & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioural intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76, (2), 193-218.

- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring services quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- Dabholkar, P. A. (1995). A contingency framework for predicting causality between customer satisfaction and service quality . En F. R. Kardes y M. Suajan (Eds.), *Advances in consumer research*, 22, (101-108). UT: Association for Consumer Research.
- Day, G. S. (1999). *Market Driven Strategy. Processes for Creating Value*. 2ª Edición. New York: The Free Press.
- De Knop, P. (1993)\_ “Toward a more hedonistic and commercial University Sport”. *FISU/CESU Conference, Buffalo*.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York: Plenum.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Dodds, W., Monroe, K. & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers’ product evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28, 307-19.
- Eiglier, P. & Langeard, E.(1996). *Servucción. El marketing de los servicios*. Madrid, McGraw-Hill
- Fallon, E. A., Hausenblas, H. A., & Nigg, C. R. (2005). The transtheoretical model and exercise adherence: examining construct associations in later stages of change. *Psychology of Sport and Exercise*, 6(6), 629-641.
- Fernandes, H. M., & Vasconcelos-Raposo, J. (2005). Continuum de autodeterminação: validade para a sua aplicação no contexto desportivo. *Estudos de Psicologia (Natal)*, 10(3), 385-395.
- Ferrando, M.G., Ibanez, J., Alvira, F., (1992) *El analisis de la realidad social. Métodos y Técnicas de investigación*, Madrid, Alianza Universidad, 1992.
- Firea, E (1983). “The romanian concept of hisical educational and university sport among students. *Compulsory and non-compulsory activities*”. FISU/CESU Conference, Edmonton, Canada.

- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J. & Everitt Bryant, B. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*, 60 (4), 7-18.
- Fraile, A. & De Diego, R. (2006). Motivaciones de los escolares europeos para la práctica del deporte escolar. Un estudio realizado en España, Italia, Francia y Portugal. *Revista Internacional de Sociología*, 44, 85-109.
- Frederick, C. M., & Ryan, R. M. (1993). Differences in motivation for sport and exercise and their relations with participation and mental health. *Journal of Sport Behavior*, 16.
- Fridberg, T. (2010). Sport and exercise in Denmark, Scandinavia and Europe. *Sport in Society*, 13(4), 583-592.
- Gabbott, M. & Hogg, G. (1998). *Consumer and Services*. Chichester: Wiley.
- Gale, B.T. (1994). *Managing customer value; creating quality and service that customers can see*. New York: The Free Press.
- Gallarza, M. G. & Gil, I. (2006). Desarrollo de una escala multidimensional para medir el valor percibido de una experiencia de servicio. *Revista Española de Investigación de Marketing Esic*, 18, 35-60.
- García, M. (1990) *Aspectos sociales del deporte*. Madrid: Alianza. Consejo Superior de Deportes.
- García, M. (1994). *Socioestadística. Introducción a la estadística en sociología*. Madrid: Alianza.
- García, M. (2006). *Posmodernidad y deporte: Entre la individualización y la masificación*. Encuesta sobre hábitos deportivos de los españoles 2005. Madrid: CSD y CIS.
- García, M., & Mestre, J. A. (2002). *Los hábitos deportivos de la población de Valencia*. Valencia: Fundación Deportiva Municipal.
- Gil, I., Sánchez, M., Berenguer, G. & Gallarza, M.G. (2005). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 15, 47-72.

- Gill, D., Dowd, D. A., Beaudoin, C. M., & Martin, J. (1996). Competitive orientations and motives of adult sport and exercise participants. *Journal of Sport Behavior*, 19, 307-318.
- Giménez Guerrero, G., Muyor Rodríguez, J. M., Martínez Tur, V., & Moliner Cantos, C. P. (2008). Los tangibles como predictores de la satisfacción del usuario en servicios deportivos. *Psicothema*, 20(2), 243-248
- Gonçalves, M. P., & Alchieri, J. C. (2010). Adaptação e validação da escala de motivação à prática de atividades físicas (MPAM-R). *Avaliação Psicológica*, 9(1), 128-138.
- Grewal, D., Krishnan, R., Baker, J. & Borin, N. (1998). The effect of store name, brand name and price discounts on consumers' evaluations and purchase intentions. *Journal of Retailing*, 74 (3), 331-352.
- Grönroos, C. A (1984) Service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*. v. 18, n. 4, p. 36-44.
- Hellín, P., Moreno, J. A., & Rodríguez, P. L. (2004). Motivos de práctica físico-deportiva en la Región de Murcia. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 4(1-2), 101-116.
- Hodge, K., y Petlichkoff, L. (2000). Goal profiles in sport motivation: A cluster analysis. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 22 (3), 256-272.
- Howat, G.; Crilley, G.; Absher, J.; e Milne, L. (1996). *Measuring customer service quality in sport and leisure centers*. *Managing Leisure*, 1 (2), 77-89.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Huete L.M. (1997) *Servicios y Beneficios. La fidelización de clientes y empleados. La inteligencia emocional en los negocios*. Bilbao: Deusto.
- Hunt, H. K. "CS/D-Overview and Future Research Direction", in *Conceptualization and Measurement of Customer Satisfaction and Dissatisfaction*, H. K. Hunt, ed., Cambridge, MA: Marketing Science Institute, 1977.

- Jorge, J.M. & Colaço, C. (2000). Parâmetros de Qualidade na Organização de Instalações de Saúde e Condição Física. *Revista Desporto*, Ano II, nº4 Julho/Agosto.
- Juran, J. M. (2002) A qualidade desde o projeto: novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços. ed. São Paulo. Ed. Pioneira Thimson Learning.
- Kashyap, R. & Bojanic D. (2000). A structural analysis of value, quality, and price perceptions of business and leisure travelers. *Journal of Travel Research*, 39 (1), 45-51.
- Kilpatrick, M., Hebert, E., & Bartholomew, J. (2005). College students' motivation for physical activity: Differentiating men's and women's motives for sport participation and exercise. *Journal of American College Health*, 54, 84-94.
- Kim, D. & Kim, S. (1995). QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea. *Journal of Sport Management*, 9, 208-220.
- Kim, K., & Severt, D. E. (2011). Satisfaction or Quality Comes First: An Empirical Analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(1), 81-96.
- Ko, Y. J., & Pastore, D. L. (2004). Current issues and conceptualizations of service quality in the recreation sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 13(3), 158-166.
- Kon, A. (2007). Sobre a economia política do desenvolvimento ea contribuição dos serviços. *Revista de Economia Política*, 27(1), 130-146.
- Kotler, P. (1998). *Criação da satisfação do consumidor através de qualidade, serviço e valor*. Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle.(Trad. 9ª Ed). São Paulo.
- Kouthouris, C. & Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoors setting. *Journal of Sport & Tourism*, 10 (2), 101 – 111.
- Lakhe, R. R., & Mohanty, R. P. (1995). Understanding TQM in service systems. *International journal of quality & reliability management*, 12(9), 139-153.

- Lentell, R. (2000). Untangling the tangibles: Physical evidence and customer satisfaction in local authority leisure centres. *Managing Leisure*, 2, 1-16.
- Liljander, V. (1994). Modeling perceived service quality using different comparison standards. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*, 7, 126-142.
- Lindner, K. J., & Kerr, J. H. (2000). Metamotivational orientations in sport participants and non-participants. *Psychology of Sport and Exercise*, 1(1), 7-25.
- Luna-Arocas, R. (2001). Marketing y deporte: la escala MODE de motivaciones deportivas. *Revista digital efdeportes.com*, nº 35, abril 2001.
- Luna-Arocas, R. e Mundina, J. (1998). La creación de una escala para medir la calidad de servicio y la satisfacción: El Neptuno-1. En J. Martínez del Castillo (Comp.), *Deporte y calidad de vida*. Madrid: Librerías Deportivas Esteban Sanz.
- Mañas, M. A., Jiménez, G., Muyor, J. M., Martínez, V. & Moliner C. P. (2008). Los tangibles como predictores de la satisfacción del usuario en servicios deportivos. *Psicothema*, 20 (2), 243-248.
- Marivoet, S. (1998). *Aspectos Sociológicos do Desporto*, Lisboa: Livros Horizonte
- Martín, D., Barroso, C. & Martín, E. (2004). El valor percibido de un servicio. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 8 (1), 47-71.
- Martínez, J. A. & Martínez, L. (2008). La medición de la calidad percibida en servicios deportivos; un enfoque en primera persona. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte vol. 8* (31).
- Martínez, J.A. & Martínez, L. (2009). La calidad percibida en servicios deportivos; mapas conceptuales de marca. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 9 (35), 232-253.
- Martínez-Tur, V., Peiró, J.M., Ramos, J. & Tordera, N. (2000). Contribución de la Psicología social al estudio de la satisfacción de los usuarios y consumidores. *Revista de Psicología Social*, 15 (2), 5-24.
- Mathwick, C., Malhotra, N. & Rigdon, E. (2001). Experiential value: conceptualization, measurement and application in the catalog and internet shopping environment. *Journal of Retailing*, 77, (1), 3-56.

- Matsumoto, H., & Takenaka, K. (2004). Motivational profiles and stages of exercise behavior change. *International Journal of Sport and Health Science*, 2(0), 89-96.
- McDougall, G.H. & Levesque, T. (2000). Customer Satisfaction with Service: Putting Perceived Value into the Equation. *Journal of Services Marketing*, 14 (5), 392-410.
- Morales, V., Hernández-Mendo, A. & Blanco, A. (2005). Evaluación de la Calidad en los Programas de Actividad Física. *Psicothema* (17), 311-317.
- Moreno, J. A., Cervelló, E. & González-Cutre, D. (2007). Young athletes' motivational profiles. *Journal of Sports Science and Medicine*, 6, 172-179.
- Moreno, J. A., Cervelló, E., & Martínez-Camacho, A. (2007b). Validación de la Escala de Medida de los Motivos para la Actividad Física-Revisada en españoles: Diferencias por motivos de participación. *Anales de Psicología*, 23, 167-176
- Mota, J. (1997). *A actividade física no lazer: reflexões sobre a sua prática*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Mota, J. (1997). *A educação física e o desporto escolar*. Horizonte, Lisboa.
- Murray, D. & Howat, G. (2002). The Relationships among Service Quality, Value, Satisfaction, and Future Intentions of Customers at an Australian Sports and Leisure Centre. *Sport Management Review*, 5, 25-43.
- Nuviala, A., Grao-Cruces, A., Tamayo, J. A., Nuviala, R., Álvarez, J. & Fernández-Martínez, A. (*in press*). Diseño y análisis del cuestionario de valoración de servicios deportivos (EPOD2). *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*.
- Nuviala, A., Ruiz, F., García, M.E. & Díaz, A. (2006). Motivos de práctica y tasa de participación en actividades físico-deportivas organizadas entre adolescentes que viven en dos entornos rurales. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 69-80.
- Nuviala, A., Tamayo, J. A., Iranzo, J. & Falcón, D. (2008). Creación, diseño, validación y puesta en práctica de un instrumento de medición de la satisfacción de usuarios de organizaciones que prestan servicios deportivos. *Retos. Nuevas perspectivas de Educación Física, Deporte y Recreación*, 14, 10-16.
- Oh, H. (1999) Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 18 (1), 67-82.

- Oh, H. (2000). Diners' Perceptions of Quality, Value and Satisfaction. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41 (3), 58-66.
- Oh, H. (2003). Price fairness and its asymmetric effects on overall price, quality, and value judgements: the case of an upscale hotel. *Tourism Management*, 24, 397-399.
- Oldman, A., Daley, A., & Richard, N. (2004). Motives for sport and exercise in younger and older half marathon runners. *Journals of Sport Sciences*, 22, 310-311.
- Oliver, R. L. (1993). A cognitive, affective and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Marketing Research*. Vol. XX.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw Hill.
- Olsen, L. L., & Johnson, M.D. (2003). Service equity, satisfaction, and loyalty: from transaction-specific to cumulative evaluation. *Journal of Service Research*, 5(3), 184-195.
- Ostrom, A. & Iacobucci, D (1995). Consumer tradeoffs and the evaluations of services. *Journal of Marketing*, 59, 17-28.
- Otero, J.M. (2009). *Hábitos y actitudes de la población andaluza ante el deporte 2007*. Sevilla: Empresa Pública de Deporte Andaluz.
- Parasuraman, A. (1997). Reflections on Gaining Competitive Advantage Through Customer Value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25 (2), 154-161.
- Parasuraman, A. & Grewal, D. (2000) The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28, (1), 168-174.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58.

- Parasuraman, A. & Grewal, D. (2000) The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28, (1), 168-174.
- Pardo, A. & Ruiz, M. A. (2002). *SPSS 11. Guía para el análisis de datos*. Madrid: McGraw Hill.
- Petrick, J. F. (2002). Development of a multidimensional scale for measuring the perceived value of a service. *Journal of Leisure Research*, 34 (2), 119-134.
- Petrick, J.F., & Backman, S.J. (2002). An examination of the construct of perceived value for the prediction of golf travelers' intention to revisit. *Journal of Travel Research*, 41(1), 38-46.
- Pires, A. e Santos, A. (1999). *Satisfação dos Clientes – Um objectivo estratégico de gestão*. Texto Editora, LDA.
- Pires, G. (1994). Do jogo ao Desporto: Para uma dimensão organizacional do conceito de Desporto, Um projecto pentadimensional de Geometria Variável, *Revista Ludens*, 14(1), 43-60.
- Pires, G. (2007). *Agôn – Gestão do Desporto: O Jogo de Zeus*. Porto Editora, Lda., Porto, p.116.
- Plonczynski, D. J. (2000). Measurement of motivation for exercise. *Health Educ Res*, 15(6), 695-705.
- Quaresma, L., & Maia, M. (2003). *A qualidade de serviços desportivos como factor estratégico*. Associação Portuguesa de Gestão de Desporto.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva, 2005.
- Raimundo, F. e Kay, P (1997) “O desporto no ensino superior”. *II Congresso de Gestão de desporto da Associação Portuguesa de Gestão do Desporto, Lisboa*.
- Rial, J., Varela, J., Rial, A. & Real, E. (2010). Modelización y medida de la Calidad Percibida en centros deportivos: la escala QSport-10. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 18 (6), 57-73.
- Roberts, G. (Ed.). (2001). *Advances in Motivation in Sport and Exercise*. Champaign Illinois: Human Kinetics.

- Rowley, J. (1998). Quality measurement in the public sector: Some perspectives from the service quality literature. *Total Quality Management*, Vol. 9, nº 2 e 3, 321-333.
- Ruiz, F., García, M.E. & Díaz, A. (2007). Análisis de las motivaciones de práctica de actividad física y de abandono deportivo en la Ciudad de La Habana (Cuba). *Anales de Psicología*, 23, 152-166.
- Rust, R.T. & Oliver, R.L. (1994). *Service Quality. New Directions in Theory and Practice*. California: Sage Publications.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Ryan, R. M., Frederick, C. M., Deborah, L., Rubio, N., & Sheldon, K. M. (1997). Intrinsic motivation and exercise adherence. *Int. J. Sport Psychol.*, 28, 335-354.
- Sanz, I., Redondo, J.C., Gutierrez, P. & Cuadrado, G. (2005). La satisfacción en los practicantes de spinning: Elaboración de una escala para su medición. *Motricidad European Journal of Human Movement*, 13, 17-36.
- Sarmiento, J. P. e Parente, F. (1995). "Os clubes universitários". *FISU/CESU Conference, Fukuoka*.
- Sicilia, A., Águila, C., Muyor, J. M., Orta, A., & Moreno, J. A. (2009). Perfiles motivacionales de los usuarios en centros deportivos municipales. *Anales de Psicología*, 25, 160-168.
- Sirohi, N., McLaughlin, E. W. & Wittink, D. R. (1998). A model of consumer perceptions and store loyalty intentions for a supermarket retailer. *Journal of Retailing*, 74 (2), 223-245.
- Schoefer, K. & Ennew, C. (2005). The impact of perceived justice on consumers' emotional responses to service complaint experiences. *Journal of Services Marketing*, 19 (5), 261-270.
- Shonk, D. J. & Chelladurai, P. (2008). Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism. *Journal of Sport Management*, 22 (5), 587-602.
- Sweeney, J. & Soutar, G. (2001). Consumer perceived value: the development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77, 203-207.

- Sweeney, J., Soutar, G., Whiteley, A. & Johnson, L. (1996). Generating consumption value items: a parallel interviewing process approach. *Asia Pacific Advances in Consumer Research* 2, 108-115.
- Teas, R. K. (1993). Expectations, performance, evaluation and consumers perceptions of quality. *Journal of Marketing*, 57,18-34.
- Theodorakis, N.; Kambitsis, C.; Laios, A. & Koutelios, A. (2001). "Relationship between measures of service quality and satisfaction of spectators in professional sports". *Managing Services Quality*. Volume 11. Número 6.
- Toledo R (2006). *Gestão do Esporte Universitário: uma importante estratégia de marketing para as universidades*. São Paulo: Aleph.
- Torre, E. (1998). *La actividad físico-deportiva extraescolar y su interrelación con el área de Educación Física en el alumnado de enseñanzas medias*. Tesis Doctoral, Universidad de Granada.
- Tsitskari, E., Tsiotras, D. & Tsiotras, G. (2006). Measuring service quality in sport services. *Total Quality Management & Business Excellence*, 17 (5), 623-631.
- Van Leeuwen, L., Quick, S. & Daniel, K. (2002). The Sport Spectator Satisfaction Model: A Conceptual Framework for Understanding the Satisfaction of Spectators. *Sport Management Review*, 5, 99-128.
- Vlachopoulos, S., Karageorghis, C., & Terry, P. (2000). Motivational Profiles in Sport: A Self-Determination Theory Perspective. *Research Quarterly for Exercise and Sports*, 71, 387-397.
- Wakefield, K.L., Blodgett, J.G. & Sloan, H.J. (1996). Measurement and management of sportscape. *Journal of Sport Management*, 10, 15 – 31.
- Westerbeek, H. M. & Shilbury, D. (2003). A conceptual model for sport services marketing research: integrating quality, value and satisfaction. *International Journal of Sport Marketing & Sponsorship*, 5 (1), 11-31.
- Wilson, P. M., & Rodgers, W. M. (2002). The relationship between exercise motives and physical self-esteem in female exercise participants: An application of self-determination theory. *Journal of Applied Biobehavioral Research*, 7, 30-43.
- Woodruff B. R. (1997). Customer value: the next source for competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25 (2), 139-153.

- Woodruff B. R. & Gardial F. S. (1996). *Know your customer: New approaches to Understanding Customer Value and Satisfaction*. Malden: Blackwell Business.
- Xu, X., & Biddle, S. (2000). *Difference in motivation for adherence, gender and age*. Paper presented in Pre-Olympic Congress Sport Medicine and Physical Education International Congress on Sport Science, Brisbane, Australia.
- Zeithaml, V.A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., Parasuraman, A. (1996). The Behavioural Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.

## **ANEXOS**

**INSTRUCCIONES PARA CONTESTAR EL CUESTIONARIO**

- Por favor, responda a las siguientes preguntas, marcando con un círculo alrededor del número (o números, según le indique la pregunta) que identifique la respuesta que ha elegido.
- En caso de equivocación, tache con una "X" el error cometido y vuelva a marcar con un círculo sobre el número correcto.
- Si tiene alguna duda pregunta al encuestador antes de contestar.

- P. 01. ¿Qué edad tiene?  años <sup>(1)</sup> | P. 02. Sexo: Varón  Mujer  <sup>(2)</sup>  
 P. 03. ¿Cuál es su peso aproximado? Kilos <sup>(3)</sup> | P.04. ¿Cuál es su altura aproximada? cm <sup>(4)</sup>  
 P. 05. ¿Qué estudios tiene usted ? (Señale sólo una).

Sin estudios	1
Primaria	2
Secundaria Obligatoria	3
Formación profesional (1 y 2)	4
Bachillerato, BUP, COU	5
Universitarios de grado medio	6
Universitarios de grado superior	7 <sup>(5)</sup>

Comenzamos a preguntarle sobre aspectos relacionados con la actividad físico-deportiva de tiempo libre que realiza. Como actividades físico-deportivas entendemos todas aquellas realizadas con intencionalidad de hacer ejercicio físico y que se practican con una cierta sistematización, incluyendo desde las modalidades más regladas, como fútbol, baloncesto, atletismo, tenis, natación..., pasando por otras de carácter más abierto, como montañismo, cicloturismo, escalada, submarinismo... hasta aquellas que cada uno lleva a cabo según sus propios gustos o necesidades, como caminar, correr, subir y bajar escaleras, nadar, ir en bicicleta, etc.

- P. 06. ¿Practica actualmente algún deporte o actividad deportiva? Por favor, díganos si practica uno, varios o ninguno.

Practico varios	3
Practico uno	2
No practico ninguno	1 <sup>(6)</sup>

- P.07. ¿Qué actividad principal dirigida realiza? Con la presencia de profesor o bajo la supervisión de éste. ¿Qué valoración le daría de 1 a 10 a la actividad realizada?

	Dirigidas	Valoración de 1 a 10
1ª	<input type="text"/> <sup>(7)</sup>	<input type="text"/> <sup>(8)</sup>

- P. 08. ¿Con qué frecuencia semanal participa en actividades físico-deportivas? (Señale sólo una).

4 o más veces por semana	4
2-3 veces por semana	3
Una vez por semana	2
Nunca	1 <sup>(9)</sup>

- P. 09. Haga un promedio y díganos cuánto tiempo dedica diariamente a realizar actividades físico deportivas los días que la hace?

Tiempo en minutos  <sup>(10)</sup>

- P. 10. ¿Cómo se puede calificar la práctica deportiva que hace? (Señale sólo una).

Competitiva y organizada	3
No competitiva y organizada	2
No competitiva y no organizada/recreativa	1 <sup>(11)</sup>

P. 11. A continuación le indicamos una serie de motivos por los cuales puede que realice la práctica deportiva. ¿Podría decirnos el grado de acuerdo o desacuerdo con cada uno de los motivos? Valore de 1 a 5 cada uno de los aspectos, en los que tendremos en cuenta la siguiente equivalencia: 1= Muy en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= De acuerdo, 4= Bastante de acuerdo, 5= Muy de acuerdo

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo	
1. Porque quiero estar en buena forma física	1	2	3	4	5	(12)
2. Porque es divertido	1	2	3	4	5	(13)
3. Porque me gusta comprometerme en actividades que físicamente suponen un desafío	1	2	3	4	5	(14)
4. Porque quiero desarrollar nuevas habilidades	1	2	3	4	5	(15)
5. Porque quiero mantener mi peso para tener buena imagen	1	2	3	4	5	(16)
6. Porque me gusta estar con mis amigos	1	2	3	4	5	(17)
7. Porque me gusta hacer esta actividad	1	2	3	4	5	(18)
8. Porque quiero mejorar las habilidades que poseo	1	2	3	4	5	(19)
9. Porque me gustan los desafíos	1	2	3	4	5	(20)
10. Porque quiero definir mis músculos para tener buena imagen	1	2	3	4	5	(21)
11. Porque me hace feliz	1	2	3	4	5	(22)
12. Porque quiero mantener mi nivel de habilidad actual	1	2	3	4	5	(23)
13. Porque quiero tener más energía	1	2	3	4	5	(24)
14. Porque me gustan las actividades que suponen un reto físicamente	1	2	3	4	5	(25)
15. Porque me gusta estar con otros a los que también les interesa esta actividad	1	2	3	4	5	(26)
16. Porque quiero mejorar mi aptitud cardiovascular	1	2	3	4	5	(27)
17. Porque quiero mejorar mi apariencia	1	2	3	4	5	(28)
18. Porque pienso que es interesante	1	2	3	4	5	(29)
19. Porque quiero mantener mi fuerza física para vivir de forma saludable	1	2	3	4	5	(30)
20. Porque quiero resultar atractivo a los demás	1	2	3	4	5	(31)
21. Porque quiero conocer a nuevas personas	1	2	3	4	5	(32)
22. Porque disfruto con esta actividad	1	2	3	4	5	(33)
23. Porque quiero mantener mi salud física y mi bienestar	1	2	3	4	5	(34)
24. Porque quiero mejorar mi cuerpo	1	2	3	4	5	(35)
25. Porque quiero estar bien para desarrollar mi actividad	1	2	3	4	5	(36)
26. Porque encuentro esta actividad estimulante	1	2	3	4	5	(37)
27. Porque me sentiré poco atractivo físicamente si no practico	1	2	3	4	5	(38)
28. Para buscar la aceptación de los demás	1	2	3	4	5	(39)
29. Porque me gusta la excitación de participar	1	2	3	4	5	(40)
30. Porque me gusta pasar el tiempo con otros haciendo esta actividad	1	2	3	4	5	(41)

**A continuación vamos a realizar unas preguntas relacionadas con la instalación, el personal y la actividad PRINCIPAL QUE REALIZA, valorando de 1 a 5 una serie de aspectos, en los que tendremos en cuenta la siguiente equivalencia: 1= Muy en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= De acuerdo, 4= Bastante de acuerdo, 5= Muy de acuerdo.**

P. 12. Cómo valoraría los siguientes aspectos, en relación con el monitor de la actividad dirigida que realiza.

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo	
El profesor es respetuoso con el horario.	1	2	3	4	5	(42)
Estoy contento/a con el trato recibido por el monitor.	1	2	3	4	5	(43)
Cree que presta una atención adecuada a los problemas de los usuarios-alumnos desde el primer día.	1	2	3	4	5	(44)
Cree que el monitor adapta las clases a los intereses-necesidades de los alumnos-usuarios.	1	2	3	4	5	(45)
Considera que el monitor anima suficientemente al grupo.	1	2	3	4	5	(46)
Percibe que el monitor tiene las clases bien planificadas.	1	2	3	4	5	(47)

P. 13. En relación con las instalaciones y materiales, cuál es su opinión sobre los siguientes elementos.

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo	
Los vestuarios están suficientemente limpios.	1	2	3	4	5	48)
Los vestuarios son lo suficientemente amplios.	1	2	3	4	5	49)
Las instalaciones están suficientemente limpias.	1	2	3	4	5	50)
La temperatura es la adecuada.	1	2	3	4	5	51)
Se dispone de suficiente material para las clases.	1	2	3	4	5	52)
El material está en condiciones óptimas para su uso.	1	2	3	4	5	53)
El material es moderno.	1	2	3	4	5	54)
La seguridad de la instalación es la adecuada.	1	2	3	4	5	55)

P. 14. ¿En qué medida se ajustan las actividades que realiza a las siguientes afirmaciones?

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo	
La oferta de actividades se actualiza.	1	2	3	4	5	56)
La actividad es amena.	1	2	3	4	5	57)
Las tareas que desarrolla en la clase son lo suficientemente variadas.	1	2	3	4	5	58)
Los horarios son convenientes para los usuarios.	1	2	3	4	5	59)
Las actividades finalizan en el tiempo indicado.	1	2	3	4	5	60)
Estoy informado/a sobre los beneficios de esta actividad.	1	2	3	4	5	61)
Estoy satisfecho/a con la relación calidad/precio de la actividad.	1	2	3	4	5	62)
Con esta actividad obtengo los resultados que esperaba.	1	2	3	4	5	63)

P. 15. Como usuario de esta instalación, ¿Cuál es su percepción sobre los siguientes aspectos?

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo	
Disponen las instalaciones de algún medio para transmitir sus sugerencias (buzón de sugerencias, tablón de anuncios).	1	2	3	4	5	64)
La información sobre las actividades que se desarrollan en el centro es adecuada.	1	2	3	4	5	65)
Me ha resultado sencillo incorporarme en la actividad que participo.	1	2	3	4	5	66)
El personal de servicio está cuando se le necesita y siempre está dispuesto a ayudarle.	1	2	3	4	5	67)
El trato del personal de la instalación es agradable.	1	2	3	4	5	68)
Hay buena relación entre el personal de la instalación.	1	2	3	4	5	69)
La relación de usted con el grupo es agradable.	1	2	3	4	5	70)

P. 26. Nos gustaría conocer su satisfacción en relación a la organización y la actividad que realizas

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo	
Estoy satisfecho por haberme matriculado/inscrito en esta organización.	1	2	3	4	5	71)
Haber elegido esta organización ha sido una buena decisión.	1	2	3	4	5	72)
Estoy decepcionado por haberme matriculado/inscrito en esta organización.	1	2	3	4	5	73)
Fue una buena decisión la de realizar actividades deportivas en esta organización.	1	2	3	4	5	74)
Me arrepiento de haberme matriculado en esta actividad	1	2	3	4	5	75)

Muchas gracias por su colaboración

## **APÊNDICES**

# APÊNDICE 1 – Questionário



## Perceção da qualidade e fidelização em Serviços Desportivos na Universidade do Algarve

### INSTRUÇÕES PARA RESPONDER AO QUESTIONÁRIO

Por favor, responda às seguintes perguntas assinalando com um círculo à volta do número (ou números, de acordo com indicação da pergunta) que identifique a resposta escolhida.  
Em caso de erro, marque com um "X" o erro cometido e volte a assinalar com um círculo sobre o número correto.  
Se tiver alguma dúvida pergunte ao inquiridor antes de responder.

#### 1.- Dados Gerais

##### 1.1.- Sexo

Masculino  Feminino

##### 1.2.- Que idade tem?

\_\_\_\_\_

##### 1.3.- Que tipo de utente dos serviços desportivos da UALG é/foi? (Assinale só uma opção)

Aluno UALG  Funcionário  Externo  
 Antigo aluno  Docentes

##### 1.4.- Quais são as suas habilitações literárias? (Assinale só uma opção)

Sem estudos  Ensino Secundário (12º ano)  Ensino Pós-graduado  
 1º Ciclo (4º ano)  Técnico Profissional específico  
 3º Ciclo (9º ano)  Licenciatura

#### 2.- Perceção da qualidade na sua atividade

Começamos por lhe perguntar sobre aspetos relacionados com a atividades físico-desportiva realizada nos tempos livres. Como atividades físico-desportivas entendemos todas as realizadas com a intenção de fazer exercício físico e que pratica com uma certa sistematização, incluindo as modalidades mais regulamentadas, como o futebol, basquetebol, atletismo, ténis, natação? Passando por outras de carácter mais aberto, como montanhismo, cicloturismo, escalada, mergulho... Até àquelas em que cada um pratica segundo os seus próprios gostos ou necessidades, como caminhar, correr, subir e descer escadas, nadar, andar de bicicleta, etc.

##### 2.1.- Que atividade principal com enquadramento técnico realiza/realizou? (Com a presença de um técnico ou com a supervisão deste).

\_\_\_\_\_

Atividade Dirigida

##### 2.2.- Que valorização daria de 1 a 10 á atividade realizada?

\_\_\_\_\_

Valorização

##### 2.3.- Com que frequência semanal participa/participou em atividades físico-desportivas? (Assinale só uma opção)

4 ou mais vezes por semana  Uma vez por semana  
 2-3 vezes por semana  Nunca

##### 2.4.- Faça uma média e diga-nos quanto tempo dedica diariamente à realização de atividades físico-desportivas nos dias em que faz?

\_\_\_\_\_

minutos

##### 2.5.- Como qualifica a prática desportiva que faz/fez? (Assinale só uma opção)

Competitiva e organizada  Não competitiva e não organizada / recreativa  
 Não competitiva e organizada

##### 2.6.- Diga-nos o que leva realizar a prática desportiva. Valorize de 1 a 5 cada um dos aspetos tendo em conta a seguinte equivalência: 1=Muito em desacordo, 2=Em desacordo, 3=De acordo, 4=Bastante de acordo, 5=Muito de acordo

	1	2	3	4	5
Porque quero estar em boa forma física	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque é divertido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque gosto de comprometer-me com atividades que fisicamente suponham um desafio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero desenvolver novas habilidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero manter o meu peso para ter uma boa imagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque gosto de estar com os meus amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Porque gosto de fazer esta atividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero melhorar as habilidades que possuo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque gosto dos desafios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero definir os meus músculos para ter uma boa imagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque me faz feliz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero manter o nível de habilidade atual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero ter mais energia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque gosto das atividades que implicam um desafio físico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque gosto de estar com outras pessoas que também lhes interesse esta atividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero melhorar a minha condição cardiovascular	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero melhorar a minha aparência	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque penso que é interessante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero manter a minha força física para viver de forma saudável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero ficar atrativo perante os outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero conhecer novas pessoas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque esta atividade dá-me gozo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero manter a minha saúde física e o meu bem-estar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero melhorar o meu corpo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque quero estar bem para desenvolver a minha atividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque acho esta atividade estimulante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque me sentirei pouco atrativo fisicamente se não pratico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para procurar a aceitação dos outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque gosto da excitação de participar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porque gosto de passar o tempo com os outros a fazer esta atividades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**3.- Perceção da qualidade em instalações, recursos humanos e a atividade principal que realiza.**

De seguida vamos colocar perguntas relacionadas com as instalações, os recursos humanos e a atividade PRINCIPAL QUE REALIZA, valorizando de 1 a 5 uma série de aspetos, tendo em conta a seguinte equivalência: 1= Muito em desacordo, 2=Em desacordo, 3=De acordo, 4=Bastante de acordo, 5=Muito de acordo

3.1.- Diga-nos a sua opinião relativamente ao monitor da atividade que realiza

	1	2	3	4	5
Estou contente com a forma como a monitor me trata	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acho que presta a atenção adequada aos problemas dos utentes desde o primeiro dia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acho que o monitor adapta as aulas aos interesses e necessidades dos utentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Considera que o monitor anima suficientemente o grupo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>3.2.- Em relação às instalações, qual é a sua opinião sobre os seguintes elementos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Os balneários estão suficientemente limpos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Os balneários são suficientemente amplos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
As instalações estão suficientemente limpas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>3.3.- Em relação aos materiais, qual é a sua opinião sobre os seguintes elementos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Dispõe de material suficiente para as aulas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
O material está em ótimas condições de utilização	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
O material é moderno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>3.4.- Indique as seguintes afirmações se adaptam às atividades que realiza</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
A atividade é agradável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
As tarefas que desenvolvo na aula são suficientemente variadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
As atividades finalizam no tempo indicado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Com esta atividade obtenho os resultados que esperava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Achei fácil integrar-me na atividade que participo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>3.5.- Como utente da instalação de prática desportiva, qual é a sua perceção para os seguintes aspetos de comunicação?</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
As instalações dispõem de algum meio para transmitir as suas sugestões (caixa de sugestões, placar de anúncios)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A informação sobre as atividades que se desenvolvem é a adequada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A oferta de atividades é atualizada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>3.6.- E pessoal de serviço da instalação é importante. Qual é a sua perceção para os seguintes aspetos?</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
O tratamento do pessoal de serviço da instalação é agradável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Há uma boa relação entre pessoal de serviço da instalação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>3.7.- Gostaríamos de conhecer o seu grau de satisfação em relação á organização e á atividade que realiza/realizou</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Estou satisfeito(a) por me ter matriculado/inscrito nesta organização	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ter escolhido esta organização, foi uma boa decisão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Foi uma boa decisão, realizar atividades desportivas nesta organização.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Estou satisfeito por me ter matriculado/inscrito nesta atividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>3.8.- Indique o grau de acordo desta afirmação</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Estou satisfeito/a com a relação qualidade/preço da atividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

**APÊNDICE 2 – Análise fatorial exploratória para validação de MPAM-R para português**

	Media	Desv. típ.	Asimetría	Curtosis	Correlación elemento- total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico		
Título ítem 1	3,98	1,011	-,832	-,005	,591	,956
VAR00002	3,77	1,002	-,700	,337	,605	,956
VAR00003	3,47	1,157	-,512	-,246	,642	,956
VAR00004	3,38	1,209	-,373	-,538	,635	,956
VAR00005	3,13	1,287	-,386	-,255	,588	,956
VAR00006	3,17	1,271	-,432	-,552	,596	,956
VAR00007	4,03	,929	-1,175	2,312	,588	,956
VAR00008	3,62	1,204	-,693	-,143	,687	,955
VAR00009	3,49	1,182	-,568	,004	,726	,955
VAR00010	3,16	2,883	-,364	-,594	,662	,956
VAR00011	3,87	,944	-,972	1,712	,638	,956
VAR00012	3,43	1,134	-,506	-,061	,674	,955
VAR00013	3,64	1,106	-,619	-,002	,742	,955
VAR00014	3,49	1,220	-,594	-,269	,710	,955
VAR00015	3,35	1,316	-,610	-,221	,705	,955
VAR00016	3,58	1,168	-,716	,299	,611	,956
VAR00017	3,11	1,369	-,339	-,665	,650	,956
VAR00018	3,58	1,197	-,699	-,095	,667	,955
VAR00019	4,05	3,154	-,878	,597	,679	,955
VAR00020	2,74	1,459	-,049	-,849	,651	,956
VAR00021	2,98	1,364	-,204	-,870	,643	,956
VAR00022	3,71	1,118	-,903	,513	,527	,957
VAR00023	3,97	,955	-,941	1,066	,585	,956
VAR00024	3,32	1,313	-,539	-,335	,668	,955
VAR00025	3,67	1,035	-,566	,067	,734	,955
VAR00026	3,74	1,047	-,885	,873	,703	,955
VAR00027	2,25	1,427	,219	-,810	,549	,957
VAR00028	1,57	1,398	,833	-,115	,543	,957
VAR00029	3,10	1,260	-,359	-,480	,668	,955
VAR00030	3,17	1,262	-,538	-,327	,652	,956

*a. ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA INTERNA*

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,957	30

**KMO y prueba de Bartlett**

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	,939
Chi-cuadrado aproximado	5457,971
Prueba de esfericidad de Bartlett	435
Sig.	,000

**Varianza total explicada**

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	13,685	45,615	45,615	13,685	45,615	45,615	5,583	18,609	18,609
2	2,878	9,594	55,209	2,878	9,594	55,209	5,273	17,575	36,184
3	1,655	5,518	60,727	1,655	5,518	60,727	4,188	13,961	50,145
4	1,076	3,587	64,314	1,076	3,587	64,314	3,806	12,687	62,832
5	1,014	3,379	67,693	1,014	3,379	67,693	1,458	4,861	67,693
6	,823	2,742	70,435						
7	,697	2,323	72,759						
8	,647	2,158	74,917						
9	,614	2,048	76,964						
10	,600	1,999	78,963						
11	,565	1,882	80,845						
12	,538	1,793	82,639						
13	,481	1,602	84,241						
14	,442	1,474	85,715						
15	,421	1,402	87,117						
16	,410	1,366	88,483						
17	,378	1,260	89,743						
18	,354	1,181	90,924						
19	,340	1,132	92,056						
20	,312	1,041	93,097						
21	,289	,965	94,062						
22	,259	,864	94,926						
23	,254	,846	95,772						
24	,228	,761	96,533						
25	,220	,734	97,267						
26	,203	,677	97,944						
27	,182	,606	98,550						

28	,159	,530	99,080				
29	,152	,507	99,587				
30	,124	,413	100,000				

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 2. Estructura factorial rotada, communalidades, autovalores, alfa de Cronbach y porcentaje de varianza explicada por cada factor

		Matriz de componentes rotados <sup>a</sup>					
		Componente					
		Apariencia	Disfrute	Competencia	Social	Fitness	Extracción
1. Porque quiero estar en buena forma física	VAR00001	,487	,419	,120	,020	,462	,641
2. Porque es divertido	VAR00002		,419				,702
3. Porque me gusta comprometerme en actividades que físicamente suponen un desafío	VAR00003			,638			,763
4. Porque quiero desarrollar nuevas habilidades	VAR00004			,688			,775
5. Porque quiero mantener mi peso para tener buena imagen	VAR00005	,775					,758
6. Porque me gusta estar con mis amigos	VAR00006				,638		,657
7. Porque me gusta hacer esta actividad	VAR00007		,587				,537
8. Porque quiero mejorar las habilidades que poseo	VAR00008			,758			,744
9. Porque me gustan los desafíos	VAR00009			,673			,719
10. Porque quiero definir mis músculos para tener buena imagen	VAR00010	,752					,696
11. Porque me hace feliz	VAR00011		,684				,640
12. Porque quiero mantener mi nivel de habilidad actual	VAR00012			,625			,645
13. Porque quiero tener más energía	VAR00013	,394	,523	,437	,196	,052	,661
14. Porque me gustan las actividades que suponen un reto físicamente	VAR00014			,563			,651
15. Porque me gusta estar con otros a los que también les interesa esta actividad	VAR00015				,678		,736
16. Porque quiero mejorar mi aptitud cardiovascular	VAR00016	,364	,512	,308	,122	,118	,519
17. Porque quiero mejorar mi apariencia	VAR00017	,847					,803
18. Porque pienso que es interesante	VAR00018		,495				,560
19. Porque quiero mantener mi fuerza física para vivir de forma saludable	VAR00019	,534	,540	,241	,013	,189	,671
20. Porque quiero resultar atractivo a los demás	VAR00020	,831					,806
21. Porque quiero conocer a nuevas personas	VAR00021				,729		,690
22. Porque disfruto con esta actividad	VAR00022		,646				,557
23. Porque quiero mantener mi salud física y mi bienestar	VAR00023	,336	,660	,143	,039	,241	,628
24. Porque quiero mejorar mi cuerpo	VAR00024	,776					,767
25. Porque quiero estar bien para desarrollar mi actividad	VAR00025	,342	,568	,348	,227	,104	,623
26. Porque encuentro esta actividad estimulante	VAR00026		,682				,680
27. Porque me sentiré poco atractivo físicamente si no practico	VAR00027	,742					,725
28. Para buscar la aceptación de los demás	VAR00028	,582	-,091	,219	,517	-,099	,672
29. Porque me gusta la excitación de participar	VAR00029		,422				,638

30. Porque me gusta pasar el tiempo con otros haciendo esta actividad	VAR00030					.629			.642
---	----------	--	--	--	--	------	--	--	------

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 25 iteraciones.

**b. FIABILIDAD**

**Resumen del procesamiento de los casos**

		N	%
Casos	Válidos	254	87,6
	Excluidos <sup>a</sup>	36	12,4
	Total	290	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.943	30

**c. VALIDEZ DIVERGENTE**

Tabla XXXx. Correlaciones entre los factores y consistencia interna (en la diagonal)

	M	DT	Ocio	Disfrute	Satisfacción	Práctica	Económico
Ocio	1.8668	.77159	(.732)	.505**	.276**	.324**	.202**
Disfrute	1.8840	.86846		(.812)	.401**	.417**	.295**
Satisfacción	1.9049	1.08481			(.893)	.640**	.357**
Practica	2.0193	.98475				(.807)	.359**
Económico	2.4930	1.33922					(.878)

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilatera)

### APÊNDICE 3 – Análise fatorial exploratória para validação de EPOD2 para português

#### a. Qualidade percebida

##### i. Análise estatística dos itens

	N	Media	Desv. típ.	Asimetria	Curtosis	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
	Estadístico	Estadístico	Estadístico		Estadístico		
Monitor1	273	3,93	,954	-,781	,660	,728	,955
VAR00045	273	3,72	1,093	-,706	,193	,736	,955
VAR00046	272	3,72	1,167	-,765	,083	,721	,955
VAR00047	267	3,81	1,071	-,980	,904	,745	,955
Instal1	265	3,3434	1,08319	-,231	-,479	,742	,955
VAR00049	266	3,3271	1,14025	-,283	-,584	,716	,955
VAR00050	266	3,3045	1,08911	-,170	-,488	,707	,955
Material1	271	3,4797	1,28760	-,532	-,679	,749	,955
VAR00052	270	3,2370	1,17728	-,318	-,475	,743	,955
VAR00053	270	3,0370	1,25196	-,185	-,841	,677	,956
Actividad1	274	4,0219	,87678	-,732	,421	,727	,955
VAR00055	271	3,5609	1,04482	-,379	-,413	,747	,955
VAR00056	272	3,7868	1,00851	-,627	-,128	,741	,955
VAR00057	271	3,4982	1,06414	-,450	-,237	,769	,954
VAR00058	282	3,7376	1,15765	-1,332	2,251	,647	,956
Informaci1	271	2,2657	1,34008	,212	-,544	,598	,957
VAR00060	272	3,0735	1,11767	-,146	-,574	,693	,955
VAR00061	270	3,2296	1,08344	-,203	-,406	,663	,956
Persona1	269	3,4312	1,06150	-,441	-,270	,712	,955
Persona2	269	3,4126	1,02433	-,245	-,734	,734	,955
N válido (según lista)	250						

##### ii. Análise da estrutura interna

###### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,957	20

**KMO y prueba de Bartlett**

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	,937
Chi-cuadrado aproximado	4435,171
Prueba de esfericidad de Bartlett	190
Sig.	,000

**Varianza total explicada**

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	11,191	55,954	55,954	11,191	55,954	55,954	5,436	27,181	27,181
2	1,711	8,554	64,508	1,711	8,554	64,508	4,539	22,697	49,878
3	1,081	5,403	69,911	1,081	5,403	69,911	4,007	20,033	69,911
4	,882	4,412	74,323						
5	,793	3,963	78,286						
6	,651	3,257	81,543						
7	,599	2,997	84,540						
8	,484	2,422	86,962						
9	,360	1,802	88,764						
10	,318	1,591	90,356						
11	,305	1,526	91,882						
12	,279	1,395	93,277						
13	,245	1,224	94,501						
14	,223	1,116	95,617						
15	,208	1,039	96,655						
16	,188	,942	97,597						
17	,163	,813	98,410						
18	,130	,648	99,058						
19	,104	,520	99,578						
20	,084	,422	100,000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

**Matriz de componentes rotados<sup>a</sup>**

	Componente			Extracción
	Monitor y actividad	Instalaciones y material	Personal de servicios	
Monitor1	,850	,184	,239	,813
VAR00045	,865	,224	,196	,837
VAR00046	,844	,240	,177	,802

VAR00047	.823	.258	.221	.793
Instal1	.244	.719	.388	.727
VAR00049	.245	.722	.341	.698
VAR00050	.245	.692	.358	.666
Material1	.385	.768	.185	.772
VAR00052	.295	.801	.238	.785
VAR00053	.195	.806	.241	.746
Actividad1	.552	.358	.397	.591
VAR00055	.627	.322	.385	.644
VAR00056	.569	.349	.412	.616
VAR00057	.606	.305	.459	.671
VAR00058	.584	.241	.348	.520
Informaci1	.193	.309	.630	.530
VAR00060	.333	.300	.643	.615
VAR00061	.323	.204	.709	.648
Persona1	.229	.343	.757	.743
Persona2	.299	.288	.771	.767

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.

### iii. Fiabilidad

#### Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	250	86,2
	Excluidos <sup>a</sup>	40	13,8
	Total	290	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.957	20

### b. Validez divergente

M	DT	Ocio	Disfrute	Satisfacción	Práctica	Económico
---	----	------	----------	--------------	----------	-----------

Ocio	1.8668	.77159	(.732)	.505**	.276**	.324**	.202**
Disfrute	1.8840	.86846		(.812)	.401**	.417**	.295**
Satisfacción	1.9049	1.08481			(.893)	.640**	.357**
Practica	2.0193	.98475				(.807)	.359**
Económico	2.4930	1.33922					(.878)

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

c. Satisfação

i. Análise estatística dos itens

	N	Media	Desv. típ.	Asimetría	Curtosis	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
	Estadístico	Estadístico	Estadístico		Estadístico		
Satisfaccn1	275	3,9891	,90208	-,820	,886	,930	,957
VAR00065	275	3,9491	,93841	-,832	,758	,919	,961
VAR00066	275	4,0000	,89606	-,889	1,226	,917	,961
VAR00067	273	4,0366	,89860	-,960	1,358	,927	,958

ii. Análise da estrutura interna

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	,874
Chi-cuadrado aproximado	1436,965
Prueba de esfericidad de Bartlett	6
Sig.	,000

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,969	4

**Varianza total explicada**

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	3,664	91,607	91,607	3,664	91,607	91,607
2	,143	3,567	95,174			
3	,099	2,478	97,652			
4	,094	2,348	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

iii. Fiabilidade

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.969	4

