

## Corrida de São João de Braga: qualidade de serviços e intenções de recomendação dos participantes

### RESUMO

O objetivo deste estudo passou pela análise da qualidade dos serviços e a consequente intenção de recomendação da corrida de São. João de Braga e da região de Braga, como destino turístico, por parte dos participantes. A amostra foi de 284 participantes, tendo sido usado um instrumento que já foi utilizado noutros estudos desta mesma temática. Para analisar os dados e verificar a relação existente entre as variáveis foram realizados testes de regressão linear múltipla. Os principais resultados evidenciaram o processo de acreditação e o kit de participação como preditores estatisticamente significativos ao nível das intenções de recomendação da corrida e o processo de acreditação e a paisagem circundante para as intenções de recomendação da região. Posto isto, aquando da avaliação da qualidade dos serviços, destaca-se o processo de acreditação, uma vez que é um preditor comum das intenções de recomendação do evento e da região.

**PALAVRAS-CHAVE:** Gestão do desporto; Eventos desportivos; Qualidade de serviços; Satisfação dos participantes; Intenções de recomendação

### Joana Sofia Araújo Oliveira

Mestre em Gestão Desportiva  
Universidade do Porto, Faculdade de Desporto -  
FADEUP  
Porto, Portugal  
joana.oliveira.1895@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-0836-8099>

### Gustavo Bavaresco

Mestre em Gestão Desportiva  
Universidade do Porto, Faculdade de Desporto -  
FADEUP Porto, Portugal  
gustavobava@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-0436-4779>

### Maria José Carvalho

Doutora em Ciência do Desporto  
Universidade do Porto, Faculdade de Desporto -  
FADEUP - Porto, Portugal  
mjc@fade.up.pt

<https://orcid.org/0000-0002-4975-0115>

## **São João de Braga running: service quality and intention of recommendation from participants**

### **ABSTRACT**

The aim of this study was to analyze the quality of services and the consequent intention of recommending the race of São João de Braga and the region of Braga, Portugal, as a tourist destination, by the participants. The sample consisted of 284 participants, using an instrument that has already been used in other studies of this same subject. To analyze the data and verify the relationship between the variables, multiple linear regression tests were performed. The main results evidenced the accreditation process and the participation kit as statistically significant predictors in the intentions of the race recommendation and the accreditation process and the surrounding landscape for the region's recommendation intentions. In conclusion, when assessing the quality of services, the accreditation process stands out, since it is a common predictor of the intentions of the event and the region.

**KEYWORDS:** Sport management; Sports event; Service quality; Satisfaction of participants; Intentions of recommendation

## **Carrera de São João de Braga: calidad de servicios e intenciones de recomendación de los participantes**

### **RESUMEN**

El objetivo de este artículo es analizar la calidad de los servicios y la consecuente recomendación de la carrera de São João de Braga y la región de Braga, Portugal, como destino turístico, por parte de los participantes. Una muestra de 284 participantes, se usó un instrumento ya utilizado de otros instrumentos de estudio de la temática. Para análisis de datos y verificación de la relación existente, se han realizado varios ensayos de regresión lineal. Los principales resultados son la evidencia o el proceso de acreditación y el kit de participación como predictores estadísticamente significativos a lo largo de las intenciones de recomendación y el proceso de acreditación y la distribución de datos para las intenciones de recomendación. En conclusión, el aval da evaluación da calidad dos servicios, destaca-se el proceso de acreditación es posible que sea su predictor común das intenciones de recomendación do evento y da região.

**PALABRAS-CLAVE:** Gestión del deporte; Eventos deportivos; Calidad de los servicios; Satisfacción de los participantes; Intenciones de recomendación

## INTRODUÇÃO

O desporto tem-se assumido como uma atividade que possibilita uma superação constante de limites, tornando-se evidente o poder transcendente do mesmo. Truccolo et al. (2008) destacam os efeitos benéficos da prática desportiva, sendo que esta potencializa o bem-estar físico, psicológico e social dos praticantes. Tendo em consideração todas as potencialidades do desporto, tem-se vindo a desenvolver novas formas, contextos e valores, onde o objetivo dos praticantes de desporto deixa de ser apenas a competição, passando a ser também a vivência de novas experiências.

Neste sentido, cada vez são mais evidentes ações de promoção da prática desportiva levadas a cabo pelos governos e pelas autarquias, de maneira a combater o sedentarismo e a promover um estilo de vida ativo e saudável (GRATÃO e ROCHA, 2016). Para tal, é cada vez mais frequente a realização de eventos desportivos, das mais diversas tipologias, sendo que segundo Barajas et al. (2012) há sete tipos de eventos desportivos, tipo A, tipo B, tipo C1, tipo C2, tipo D1, tipo D2 e tipo E. Os eventos do tipo A são únicos e irregulares e de âmbito geográfico internacional, sendo que os do tipo B são eventos que atraem um grande número de espectadores e fazem parte de um ciclo anual de eventos. Por sua vez, os do tipo C1 poderão ter um caráter regular ou irregular e os do tipo C2 têm caráter regular, possuindo ambos uma assistência de espectadores e competidores de cariz internacional. Os eventos do tipo D1 podem ser irregulares ou regulares, enquanto que os D2 são regulares, não tendo nenhuma das duas tipologias espectadores internacionais. Por fim, os do tipo E são eventos de carácter regular que possuem um menor número de espectadores e competidores. Por sua vez, segundo Gibson et al. (2012) há apenas cinco tipos de eventos desportivo, tipo A, tipo B, tipo C, tipo D e tipo E. Os eventos do tipo A incluem os megaeventos (Jogos Olímpicos, Mundiais, entre outros), sendo os do tipo B eventos com regularidade anual (*Super Bowl*). Os eventos do tipo C são aqueles que atraem espectadores e competidores de cariz internacional e os do tipo D são os eventos que fazem parte do calendário desportivo anual. Por fim, os eventos do tipo E correspondem a eventos de menor escala em que o número de competidores poderá ultrapassar o número de espectadores. No entanto, Gratton et al. (2000) consideram a existência de apenas 4 tipos de eventos desportivos, os do tipo A que são eventos internacionais irregulares e pontuais, os do tipo B que fazem parte do ciclo doméstico anual de eventos desportivos, sendo que estas duas tipologias de eventos geram atividade económica significativa. Por sua vez, os eventos do tipo C são eventos irregulares e pontuais e os do tipo D são os que fazem parte do ciclo anual de eventos desportivos, gerando estas duas tipologias de eventos atividade económica limitada.

Dentro dos eventos desportivos, referem-se as corridas de rua, que se têm vindo a tornar numa das modalidades com maior crescimento devido ao número de praticantes que tem atraído (FERREIRA, 2015). Estas corridas podem ser realizadas em ruas, avenidas e/ou estradas, sendo que as distâncias poderão variar entre os 5 e os 100 km (GRATÃO e ROCHA, 2016). No que concerne às vantagens das corridas de rua, importa salientar que estas potencializam uma prática de exercício físico constante, tanto na fase da preparação, como na realização da prova em si. Além disto, destaca-se a possibilidade de participação por parte de qualquer pessoa, não sendo apenas direcionadas para atletas profissionais, sendo que também estimulam os participantes a atingir objetivos que podem passar por melhores desempenhos (TRUCCOLO et al., 2008; GRATÃO e ROCHA, 2016). Uma outra potencialidade dos eventos de corrida passa pelo uso dos mesmos como uma estratégia de marketing para promover certos locais, suscitando o interesse e a respetiva visita ao local do evento, por parte das pessoas (COLEMAN e RAMCHANDANI, 2010). As corridas de rua podem ser utilizadas como meio de atração turística, tornando o desporto uma forma de turismo sustentável e possibilitando a criação de valor a nível económico, social, ambiental e cultural para a localidade onde se realiza o evento (GIBSON et al., 2012; SHONK et al., 2012; SUÁREZ e PÉREZ, 2015).

Ainda relativo aos eventos desportivos e tendo como referência Jae Ko et al. (2010) destaca-se que o sucesso de um evento de desporto depende, em grande parte, das perceções da qualidade e do conseqüente grau de satisfação dos participantes e espectadores, ou seja, quanto mais positivas forem as perceções de qualidade, maior é a probabilidade de haver uma participação futura no evento. Neste sentido, Tsuji et al. (2007) referem que as organizações devem proporcionar aos consumidores uma experiência de qualidade que tenha em consideração as suas expectativas, de forma a influenciar positivamente as suas intenções comportamentais. Com isto, torna-se essencial determinar os motivos que levam as pessoas a participar em eventos de corrida, de forma a satisfazer as suas necessidades, desejos e motivações e superar as expetativas (GRATÃO e ROCHA, 2016).

Neste sentido o estudo de Shonk et al. (2017) transpôs a análise da qualidade do evento, da satisfação e a conseqüente intenção em voltar a participar no evento de desporto, sendo qualidade do evento influenciou a satisfação das pessoas do evento e sua a intenção de retornar ao evento também se apresentou aceitável. Houve fortes relações positivas entre a qualidade e satisfação do evento, a qualidade dos eventos e a intenção de retorno. De forma que o objetivo deste estudo passou pela análise da qualidade dos serviços e a conseqüente intenção de recomendação da corrida de São João de Braga e da região de Braga, como destino turístico, por parte dos participantes.

## REVISÃO DA LITERATURA

Os eventos desportivos, nomeadamente as corridas de rua, têm sido cada vez mais frequentes devido aos benefícios evidentes da prática desportiva ao nível da melhoria do bem-estar e da qualidade de vida. De forma a especificar os benefícios da participação nas corridas de rua, referem-se as melhorias ao nível do bem-estar, saúde e desempenho físico, a perda de peso e a diversão. Por sua vez, relativamente às motivações que levam as pessoas a aderir a grupos de corrida, estas poderão passar pela procura de companhia para correr, pelo sentimento de pertença a um grupo, pelo divertimento e/ou pela necessidade de obter ajuda ao nível do treino e em questões mais técnicas (TRUCCOLO et al., 2008).

Por tudo isto, tem sido notável o crescimento que os eventos desportivos, em geral, e as corridas, em particular, têm vindo a alcançar, tendo sido cada vez mais frequente a interligação dos mesmos com diversos âmbitos, nomeadamente, com a economia e com o turismo (CARVALHO e LOURENÇO, 2009). De acordo com Gibson et al. (2012) e com Coleman e Ramchandani (2010) os eventos desportivos poderão contribuir para um desenvolvimento sustentável a nível turístico e económico dos locais onde os mesmos ocorrem.

No que respeita à relação existente entre o turismo e os eventos desportivos, tem-se vindo a verificar, não só, um desenvolvimento individualizado do desporto e do turismo, como também, o estabelecimento de sinergias entre os dois. Posto isto, facilmente se depreende que o turismo de desporto inclui um conjunto de práticas em que é evidente a interdependência entre o desporto e o turismo, no entanto, destaca-se que nenhuma atividade deixou de ser desportiva ou turística, para passar a ser turístico-desportiva (CARVALHO e LOURENÇO, 2009).

Relativamente às categorias do turismo de desporto, segundo Kouthouris e Alexandris (2005) há três grandes categorias, sendo que a primeira abrange os turistas que visitam os lugares com o intuito de participar nos eventos desportivos (europeus e mundiais). Por sua vez, a segunda categoria compreende as visitas a instalações desportivas famosas, tais como os estádios. Por fim, a terceira categoria inclui os turistas que viajam por motivos de férias ou para participar em atividades desportivas e recreativas (atividades ao ar livre, atividades aquáticas, ténis e golfe, entre outras). No que concerne às tipologias do turismo de desporto e tendo como referência Carvalho e Lourenço (2009) importa salientar que há duas, estando uma associada à prática desportiva e a outra ao espetáculo desportivo.

Com tudo isto, torna-se evidente a transformação do turismo de desporto numa indústria de serviços, o que faz com que a qualidade dos serviços prestados assuma grande destaque (KOUTHOURIS e ALEXANDRIS, 2005; SHONK et al., 2012). Ou seja, a qualidade de serviços surge como um fator decisivo ao nível da diferenciação, tendo sido cada vez mais frequente o desenvolvimento de eventos desportivos como meio de atração turística, conferindo uma vantagem competitiva ao turismo, suportando realizar a recomendação da região (SHONK et al., 2012).

A qualidade de serviços, é obtida por meio da comparação entre as expectativas relativamente aos serviços prestados e o que os mesmos realmente proporcionaram aos clientes (KELLEY e TURLEY, 2001; SHONK et al., 2012). Aquando da avaliação da qualidade de serviços, são tidas em conta, não só, as interações entre todos os intervenientes dos eventos desportivos, como também, a qualidade do ambiente, o resultado proporcionado pelo serviço e a identificação e envolvimento das pessoas com os eventos (JAE KO et al., 2010; YOSHIDA e JAMES, 2011). De referir que a qualidade de serviços, se tem vindo a tornar um conceito-chave e multidimensional para as organizações com impacto ao nível das taxas de retenção e, consequente, alcance de lucro para as organizações, influenciando a rentabilidade das organizações a longo prazo (KOUTHOURIS e ALEXANDRIS, 2005; TSUJI et al., 2007).

Também Kelley e Turley (2001) caracterizam as perceções de qualidade de serviços como sendo vitais para o sucesso das organizações, uma vez que estão diretamente relacionadas com o nível de identificação e lealdade às organizações prestadoras de serviços desportivos. Além disto, a qualidade de serviços potencializa diversas respostas de cariz comportamental e psicológico, que podem passar, pela satisfação, fidelidade, identificação e envolvimento dos clientes com a organização desportiva, influenciando, assim as intenções comportamentais dos consumidores (CRONIN et al., 2000; THEODORAKIS et al., 2015).

No que diz respeito à satisfação, esta apresenta-se como um conceito mais amplo que a qualidade de serviços, pois além de avaliações cognitivas, inclui também avaliações afetivas (KOUTHOURIS e ALEXANDRIS, 2005). Destaca-se a influência positiva da qualidade dos serviços na satisfação, sendo que quando as perceções da qualidade de serviços são positivas, as intenções comportamentais são favoráveis. No entanto, perceções negativas da qualidade originam intenções comportamentais desfavoráveis (KOUTHOURIS e ALEXANDRIS, 2005).

A satisfação dos clientes é atingida quando a perceção de qualidade de serviços dos clientes supera as expectativas do desempenho, por sua vez, a insatisfação ocorre quando o desempenho dos serviços não atinge e/ou supera as expectativas (TSUJI et al., 2007). Há diversos fatores que determinam a satisfação das pessoas com o evento e as respetivas intenções em participações

futuras, destacando-se a qualidade do evento, a facilidade de acessos e a situação económica e social do local onde ocorre o evento (SUÁREZ e PÉREZ, 2015).

Por sua vez, o estudo de Kelley e Turley (2001) teve como objetivo a análise dos atributos dos serviços que são tidos em conta aquando da avaliação da qualidade e respetiva satisfação com os eventos desportivos. Theodorakis et al. (2015) também desenvolveram um estudo sobre a influência da qualidade dos serviços nos comportamentos dos consumidores, nomeadamente ao nível do envolvimento identificação, satisfação e fidelidade.

Sato et al. (2016) desenvolveram um estudo que passou pelo estabelecimento de uma comparação entre os indivíduos que participaram num evento de corrida de longa distância e os que não participaram, de forma a analisar a influência do evento de corrida na identificação, envolvimento, lealdade, satisfação e, conseqüente, bem-estar das pessoas. Tsuji et al. (2007) desenvolveram uma investigação sobre as relações entre a qualidade dos serviços, satisfação e intenções dos praticantes em eventos desportivos futuros.

## MÉTODOS

O evento de desporto analisado foi a 5<sup>o</sup> Corrida de São João de Braga e conta com uma corrida de 12 km e uma caminhada de 5 km. Relativamente ao percurso e ao número de participantes, referencia-se que estes foram semelhantes aos das edições anteriores. A primeira edição da Corrida de S. João de Braga foi em 2014 e contou com a participação de cerca de 3300 participantes, tendo tido a edição de 2015 cerca de 4100. Por sua vez, o número de participantes da edição de 2016 foi de cerca de 4200 enquanto que, na de 2017, foi de aproximadamente 4000 participantes. Posto isto, a média do número de participantes desta corrida é de cerca de 3900 participantes, o que denota a grande capacidade atrativa e a respetiva importância deste evento. Assim, este evento desportivo se encaixa na categoria tipo D dos principais eventos concorrentes gerando atividade económica limitada que fazem parte de um ciclo anual de eventos desportivos da cidade (GRATTON et al., 2000). Esta classificação da 5<sup>o</sup> Corrida de S. João de Braga é justificada, uma vez que fornece informações sobre os seus aspetos positivos, o qual foca para a geração de lucro, e as valências que não são tão benéficas e que podem melhorar ou mudar.

No que concerne ao teste estatístico, refere-se que foram realizados testes de regressão linear múltipla, de forma a verificar a relação existente entre os atributos referentes à qualidade de serviços e as intenções de recomendação da Corrida e da região como destino turístico.

## Instrumento e Recolha de dados

Utilizou-se um questionário *ad-hoc* já administrado noutra evento Carvalho et al. (2018) tendo sido feitas algumas adaptações a esta Corrida de S. João de Braga. Importa destacar que todas alterações efetuadas no questionário tiveram na sua base as sugestões de melhorias resultantes da revisão efetuada por um grupo de especialistas constituído por quatro professores universitários especializados na área da Gestão do Desporto e da organização de corridas, com mais de dez anos de experiência no desenvolvimento deste tipo de eventos.

Relativamente ao instrumento, destacam-se as seguintes dimensões: i) sociodemográficos, ii) organização, iii) gastos, iv) prática desportiva, v) qualidade de serviços e vi) intenções de recomendação.

O foco deste estudo incidiu na análise das dimensões v) e vi), tendo a dimensão v) sido mensurada a partir de uma escala *Likert* de 5 pontos, 1= pobre, 2 = regular, 3 = bom, 4 = muito bom e 5 = excelente. Por sua vez, para dimensão vi) a escala passou por 1= não, para nada e 5= sim, definitivamente.

Importa enumerar os 14 itens que foram avaliados na dimensão v) percurso da corrida, paisagem circundante, dificuldade do percurso, estado do piso, organização da corrida, postos para abastecimento de água, infraestruturas de apoio, animação musical, processo de acreditação, kit de participação, gastronomia, vida cultural, monumentos turísticos e ócio da região. Estes atributos referentes à qualidade de serviços, integram, não só, aspetos relativos ao percurso e à organização da corrida, bem como, atributos da região, tais como, a gastronomia, a vida cultural, os monumentos turísticos e o ócio da região. Por sua vez, na dimensão vi) foram utilizados somente dois itens: intenções de recomendação da Corrida de S. João e da região de Braga como destino turístico.

Um grupo de três estudantes de mestrado em Gestão Desportiva previamente treinados, distribuíram um total de 284 questionários, antes do início da corrida para os participantes que já tivessem participado no evento nas edições anteriores, aquando do levantamento dos kits e dorsais, tendo sido 169 em formato de papel e 115 na plataforma *Google Forms*.

Para este estudo foi utilizada uma metodologia quantitativa com uma técnica de recolha da amostra aleatória simples, em 284 questionários, com uma margem de erro em 5%, onde todos foram considerados válidos.

## Análise de dados

Após se terem obtido as respostas dos questionários em papel e da plataforma online, foi feita uma passagem dos dados dos questionários para um documento *excel* e, posteriormente, para o programa estatístico SPSS 23.0, de maneira a possibilitar uma análise estatística. Respectivamente aos valores monetários, expressos em moeda europeia (EURO), são representados também sua paridade em moeda brasileira (REAL) seguindo as indicações do Banco Central do Brasil (2019) de acordo com a cotação sendo 1 Real/BRL = 0,2318 Euro/EUR, ou seja, 1 Euro/EUR = 4,3141 Real/BRL na data de 21 de março de 2019.

Com vista a analisar os dados, recorreu-se a uma análise descritiva para os itens (sexo, idade, nível de escolaridade, rendimento mensal líquido, frequência de atividade física, número de participações em corridas de 5 km ou mais, atividades desportivas realizadas além da preparação para as corridas e tipologia de participação no evento) e para averiguar a existência de uma relação entre a qualidade dos serviços e as intenções de recomendação, do evento e da região como destino turístico, foi realizado o teste estatístico de regressão linear múltipla. Refere-se que o nível de significância adotado em todas as análises estatísticas foi de  $p \leq 0,05$ .

No que respeita à análise descritiva dos itens, que consta no quadro 1, é possível verificar que a amostra é constituída por 284 pessoas, havendo 60,2% homens e 39,8% mulheres, verificou-se que a idade média foi de 42 anos, variando de 18 a 76 anos, com desvio padrão de 12,944.

Quanto ao nível educacional, constatou-se que os respondentes com o secundário compõem a maioria (35,2%) seguido da licenciatura (30,6%). Relativamente ao rendimento mensal líquido, verificou-se que, 46,5% encontram-se na faixa de 1000-1499€ (R\$4312,00-6.463,68) e 31,3% na de 500-999€ (R\$2156,00-4.307,68). Ao nível da frequência de atividade física, constatou-se que 48,2% da amostra pratica desporto com uma frequência de 3 a 5 sessões por semana. No que respeita ao número de participações em corridas de 5 km ou mais no último ano, verificou-se que 43% das pessoas participou em mais de 3 corridas. Quanto ao perfil desportivo dos participantes, aproximadamente, 56% das pessoas praticam outras atividades desportivas além da corrida, como natação, ciclismo, futebol.

Por fim, importa descrever um outro aspecto caracterizador da amostra relacionado com o tipo de participação das pessoas neste evento, tendo-se verificado que, cerca de 79%, participou na corrida e, aproximadamente, 21% na caminhada.

**Quadro 1 - Dados Sociodemográficos**

<b>Características</b>	<b>N (284)</b>	<b>Percentagem (%)</b>
<b>Sexo</b>		
Homem	171	60,2%
Mulher	113	39,8%
<b>Nível de Escolaridade</b>		
Primária	12	4,2%
Secundário	100	35,2%
Licenciatura	87	30,6%
Pós-graduação/Mestrado	71	25%
Doutoramento	14	4,9%
<b>Rendimento mensal líquido</b>		
< 500 € < R\$2156,00	35	12,3%
500-999€ R\$2156,00-4.307,68	89	31,3%
1000-1499€ R\$4312,00-6.463,68	132	46,5%
1500-2249€ R\$6.468,00-9.697,68	0	0
2250-2999€ R\$9.702,00- 12.931,68	16	5,6%
3000-4499€ R\$12.936,00- 19.399,68	8	2,8%
> 4500€ R\$19.404,00	4	1,4%
<b>Frequência de atividade física</b>		
Menos de uma sessão por mês	11	3,9%
1 a 3 sessões por mês	18	6,3%
1 ou 2 sessões por semana	71	25%
3 a 5 sessões por semana	137	48,2%
7 ou mais sessões por semana	47	16,5%
<b>Número de participações em corridas de 5 km ou mais</b>		
1 corrida	67	23,6%
2 corridas	49	17,3%
3 corridas	46	16,2%
Mais de 3 corridas	122	43%
<b>Atividades desportivas realizadas além da preparação para as corridas</b>		
Sim	158	55,6%
Não	126	44,4%
<b>Tipologia de participação no evento</b>		
Corrida	224	78,9%
Caminhada	60	21,1%

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

## RESULTADOS

De forma a avaliar a influência da qualidade dos serviços nas intenções de recomendação do evento e da região como destino turístico, num primeiro momento, importa analisar as médias de classificação obtidas pelos atributos referentes à qualidade de serviços e as das intenções de recomendação.

No Quadro 2 é apresentado a média dos atributos referentes à qualidade de serviços, destaca-se que foram considerados bons a dificuldade do percurso, os postos para abastecimento de água, as infraestruturas de apoio e a animação musical, uma vez que obtiveram uma média de, aproximadamente, 3 valores. Por sua vez, o percurso da corrida, a paisagem circundante, o estado do piso, a organização da corrida, o processo de acreditação, o kit de participação, a gastronomia, vida cultural e ócio da região foram considerados como sendo muito bons, tendo obtido uma média de, aproximadamente, 4 valores. Por fim, salientam-se os monumentos turísticos da região, pois foram considerados excelentes devido à média obtida de, aproximadamente, 5 valores. Ou seja, dos 14 itens referentes aos atributos da qualidade de serviços, 8 foram considerados como sendo muito bons, 4 como bons e 1 como excelente.

**Quadro 2** - Média dos atributos referentes à qualidade de serviços

<b>Atributos referentes à qualidade de serviços</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>
Infraestruturas de apoio (WC's, apoio médico)	3,11	1,805
Animação musical	3,21	1,781
Postos para abastecimento de água	3,36	1,749
Dificuldade do percurso	3,43	1,329
Estado do piso	3,53	1,317
Percurso da corrida	3,63	1,427
Paisagem circundante	3,80	1,286
Kit de participação	3,91	1,111
Organização da corrida	3,98	1,255
Processo de acreditação	3,99	1,432
Ócio da região (compras, espaços comerciais)	4,41	1,041
Vida Cultural da região	4,41	1,061
Gastronomia da região	4,47	1,043
Monumentos turísticos da região	4,50	0,982

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Relativamente às intenções de recomendação, verifica-se no quadro 3 que as médias obtidas foram elevadas, tendo sido de, aproximadamente, 5 valores, o que sugere uma intenção de recomendação da corrida de S. João de Braga e da região como destino turístico. De destacar que a recomendação da região como destino turístico obteve uma média ligeiramente maior que a referente à recomendação do evento, tendo sido de 4,82 e 4,64, com um desvio padrão de 0,462 e 0,609, respetivamente.

**Quadro 3** - Média das intenções de recomendação

<b>Intenções de recomendação</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>
Recomendação da Corrida de S. João de Braga aos amigos	4,64	0,609
Recomendação da região como destino turístico	4,82	0,462

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Passando para uma análise, em termos médios, da quantidade de dinheiro gasto na participação na Corrida de S. João de Braga. Tal como se verifica no quadro 4, os participantes gastam, em média, 3,69 euros (R\$15,91) em gastronomia, 2,36 euros (R\$10,17) em transportes, 2,34 euros (R\$10,09) em alojamento, 2,58 euros (R\$11,12) em compras e 8,10 euros (R\$34,92), tanto em equipamentos desportivos, como em outros (ócio). Fazendo a soma destes gastos, dá um gasto médio de cerca de 20 euros (R\$86,24) por participante, o que faz com que o impacto direto da Corrida seja de 50 000 euros (R\$ 215.600,00).

**Quadro 4** - Gastos médios com a Corrida

	€	R\$
Gastronomia	3,69	15,91
Transportes	2,36	10,17
Alojamento	2,34	10,09
Compras	2,58	11,12
Equipamento desportivo	8,10	34,92
Outros (ócio)	8,10	34,92
Gasto total	20	86,24
Impacto Direto (gastos X nº de participantes)	50 000	215.600,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

## Recomendação da Corrida de S. João de Braga

Com vista a identificar quais os atributos referentes à qualidade de serviços que são preditores das intenções ao nível da recomendação da Corrida de S. João de Braga e da região de Braga como destino turístico, efetuaram-se testes de regressões lineares múltiplas entre as variáveis. Desde logo, importa definir as hipóteses, correspondendo a hipótese nula à inexistência de regressão linear entre as variáveis e a hipótese 1 à existência de regressão entre as mesmas.

Relativamente à regressão linear múltipla referente ao poder explicativo e preditivo da qualidade de serviços nas intenções de recomendação do evento, antes de tudo, importa referir que as variáveis independentes foram os atributos da qualidade de serviços (percurso da corrida, paisagem circundante, dificuldade do percurso, estado do piso, organização da corrida, postos para abastecimento de água, infraestruturas de apoio, animação musical, processo de acreditação, kit de participação, gastronomia, vida cultural, monumentos turísticos e ócio da região), tendo sido a intenção de recomendação da corrida a variável dependente.

Através da análise da variância (ANOVA) verificou-se que o valor do teste F foi de 6,525, sendo estatisticamente significativo para  $p \leq 0,05$ . Como o valor de prova (sig) foi inferior ao nível de significância ( $p = 0,000 \leq 0,05$ ), deve-se rejeitar a hipótese nula, havendo uma regressão linear entre pelo menos uma das variáveis independentes (atributos da qualidade de serviços) e a variável dependente (intenção de recomendação da corrida).

Para analisar a qualidade do ajustamento em termos globais, desde logo, se destaca o recurso a medidas relativas ( $R$ ,  $R^2$  e  $R^{2\text{ajust}}$ ) e a absolutas (erro padrão da estimativa). Começando, então, pela análise do coeficiente de correlação múltipla ( $R = 0,504$ ), verificou-se uma relação positiva e moderada entre as variáveis independentes e a dependente ( $0,4 < r < 0,7$ ). Por sua vez, através da análise do coeficiente de determinação ( $R^2 = 0,254$ ) constatou-se que os atributos referentes à qualidade de serviços explicam 25,4% das intenções de recomendação do evento. No que respeita à medida absoluta da qualidade do ajustamento, verificou-se um erro padrão associado a esta estimativa de 0,540.

Por sua vez, para averiguar a qualidade do ajustamento local, fez-se uma análise de cada um dos seus parâmetros, onde o valor da constante obtido foi de 3,192, tendo sido os coeficientes de regressão referentes ao processo de acreditação ( $\beta = 0,104$ ) e ao kit de participação ( $\beta = 0,97$ ) os

únicos estatisticamente significativos a sig  $\leq 0,05$ . Ou seja, estes atributos assumiram-se como preditores significativos, contribuindo favoravelmente e, de forma significativa, para as intenções de recomendação da corrida aos amigos, por parte dos participantes. Relativamente à multicolinearidade, verificou-se que os valores da Tolerância não eram próximos de zero e os valores no VIF foram todos menores que 10 (valor de corte), o que faz com que haja evidências do ponto de vista estatístico para não se estar na presença de multicolinearidade (Quadro 5).

**Quadro 5** - Qualidade do ajustamento local

<b>Coefficientes</b>	<b>Beta (<math>\beta</math>)</b>	<b>Erro padrão</b>	<b>Teste t</b>	<b>Sig</b>	<b>Tolerância</b>	<b>VIF</b>
Constante	3,192	0,183	17,414	0,000		
Percurso da corrida	0,012	0,036	0,337	0,736	0,398	2,512
Paisagem circundante	0,044	0,036	1,221	0,223	0,481	2,078
Dificuldade do percurso	-0,053	0,047	-1,130	0,260	0,265	3,781
Estado do piso	0,022	0,045	0,491	0,624	0,296	3,379
Organização da corrida	0,009	0,036	0,241	0,809	0,518	1,931
Postos para abastecimento de água	-0,021	0,030	-0,700	0,484	0,380	2,629
Infraestruturas de apoio (WC's, apoio médico)	-0,018	0,028	-0,633	0,527	0,403	2,479
Animação musical	0,023	0,030	0,753	0,452	0,358	2,797
Processo de acreditação	0,104	0,028	3,791	0,000	0,664	1,505
Kit de participação	0,097	0,034	2,861	0,005	0,732	1,366
Gastronomia da região	0,081	0,058	1,390	0,166	0,280	3,568
Vida Cultural da região	-0,085	0,068	-1,257	0,210	0,199	5,015
Monumentos turísticos da região	0,051	0,066	0,762	0,447	0,245	4,078
Ócio da região (compras, espaços comerciais)	0,080	0,050	1,593	0,112	0,377	2,650

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Na análise aos resíduos, destaca-se o valor do teste de Durbin Watson de 2,079 sendo um valor próximo de 2, o que confirma a condição de independência dos resíduos. Por sua vez, tendo como referência os valores residuais estandardizados (resíduo padrão), verificou-se que a média dos resíduos foi zero e que o mínimo e o máximo foram -2,950 e 2,068, respetivamente, estando, aproximadamente, entre -3 e 3, o que confirma o pressuposto da normalidade dos resíduos. Também foi possível verificar o pressuposto da linearidade, uma vez que os resíduos estavam praticamente todos sobre a reta.

## **Recomendação da região como destino turístico**

Passando para a análise da regressão linear referente ao poder explicativo e preditivo da qualidade de serviços nas intenções de recomendação da região de Braga como destino turístico, importa referenciar que as variáveis independentes foram na mesma os atributos da qualidade de serviços, mudando apenas a variável dependente, que passou a ser a intenção de recomendação da região como destino turístico. Ao iniciar pela análise da variância (ANOVA), verificou-se que o teste F apresentou um valor de 3,415 e que o valor de prova (sig) foi inferior ao nível de significância ( $p=0,000 \leq 0,05$ ), havendo evidências do ponto de vista estatístico para rejeitar a hipótese nula, o que induz uma regressão linear entre pelo menos uma das variáveis independentes e a variável dependente.

No que respeita à qualidade do ajustamento em termos globais, verificou-se que o coeficiente de correlação múltipla apresentou um valor de 0,389 ( $R=0,389$ ) o que faz com que a relação existente entre as variáveis independentes e a dependente seja positiva e moderada ( $0,4 < r < 0,7$ ). Por sua vez, o coeficiente de determinação obtido foi de 0,151 ( $R^2=0,151$ ), o que significa 15,1% das intenções de recomendação da região como destino turístico se devem aos atributos referentes à qualidade de serviços. Fazendo referência a uma medida absoluta da qualidade do ajustamento, verificou-se um erro associado à estimativa de 0,437.

Passando para uma análise de cada um dos parâmetros, desde logo se refere que o valor constante obtido foi de 4,239, tendo-se verificado que os únicos coeficientes de regressão estatisticamente significativos foram os referentes à paisagem circundante ( $\beta=0,101$ ) e ao processo de acreditação ( $\beta=0,065$ ), uma vez que  $\text{sig} \leq 0,05$ . Com isto, estes atributos tornam-se preditores significativos, contribuindo favoravelmente e, de forma significativa, para as intenções de recomendação da região como destino turístico. No que respeita à multicolinearidade, constatou-se que os valores da Tolerância não foram próximos de zero e os valores no VIF foram todos menores que 10, o que faz com que haja evidência, do ponto de vista estatístico, para a inexistência de multicolinearidade (Quadro 6).

**Quadro 6 - Qualidade do ajustamento local**

<b>Coeficientes</b>	<b>Beta (<math>\beta</math>)</b>	<b>Erro padrão</b>	<b>Teste t</b>	<b>Sig</b>	<b>Tolerância</b>	<b>VIF</b>
Constante	4,239	0,148	28,571	0,000		
Percurso da corrida	-0,017	0,029	-0,594	0,553	0,398	2,512
Paisagem circundante	0,101	0,029	3,472	0,001	0,481	2,078
Dificuldade do percurso	0,057	0,038	1,493	0,137	0,265	3,781
Estado do piso	-0,034	0,036	-0,934	0,351	0,296	3,379
Organização da corrida	-0,013	0,029	-0,460	0,646	0,518	1,931
Postos para abastecimento de água	-0,022	0,024	-0,926	0,355	0,380	2,629
Infraestruturas de apoio (WC's, apoio médico)	0,001	0,023	0,060	0,952	0,403	2,479

Animação musical	-0,005	0,024	-0,209	0,835	0,358	2,797
Processo de acreditação	0,065	0,022	2,912	0,004	0,664	1,505
Kit de participação	-0,009	0,027	-0,335	0,738	0,732	1,366
Gastronomia da região	-0,032	0,047	-0,681	0,496	0,280	3,568
Vida Cultural da região	0,029	0,055	0,519	0,604	0,199	5,015
Monumentos turísticos da região	-0,032	0,054	-0,592	0,554	0,245	4,078
Ócio da região (compras, espaços comerciais)	0,058	0,041	1,424	0,156	0,377	2,650

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

De acordo com a análise aos resíduos, destaca-se o valor do teste de Durbin Watson de 2,167, sendo um valor próximo de 2, o que confirma a condição de independência dos resíduos. Relativamente aos valores residuais estandardizados, verificou-se que os valores do mínimo e do máximo foram -4,585 e 1,802, respetivamente, não estando entre -3 e 3, tendo tido a média dos resíduos o valor zero. Posto isto, não é muito clara a verificação do pressuposto da normalidade dos resíduos.

## DISCUSSÃO

Os objetivos deste estudo passaram pela avaliação do impacto da qualidade dos serviços nas intenções de recomendação da Corrida de S. João de Braga e na recomendação desta região como destino turístico. Para tal, foram aplicados questionários a pessoas que já tinham participado em alguma das edições desta mesma corrida, de forma a avaliar as perceções relativas à qualidade de serviços e as respetivas intenções de recomendação.

Através da análise do valor do coeficiente de determinação, foi possível concluir que existem outros fatores relevantes que não constam no modelo de análise e que influenciam as intenções de recomendação da Corrida de S. João de Braga e da região como destino turístico.

Passando à especificação dos atributos da qualidade de serviços estatisticamente significativos ao nível das intenções de recomendação, refere-se que os preditores das intenções de recomendação da corrida de São João foram o processo de acreditação e o kit de participação. Por sua vez, os atributos preditores das intenções de recomendação da região como destino turístico foram a paisagem circundante e o processo de acreditação.

Tendo em consideração o impacto direto considerável alcançado por esta corrida, de cerca de 50 000 euros (R\$215.600,00), deve ser dada atenção aos serviços prestados, tendo em vista uma prestação de serviços com qualidade, de forma a influenciar positivamente as intenções de recomendação da Corrida e da região. Predispondo cada vez mais frequente a interligação com a economia e com o turismo (CARVALHO e LOURENÇO, 2009). Sendo que os eventos desportivos podem

contribuir para um desenvolvimento sustentável a nível turístico e económico dos locais onde ocorrem (GIBSON et al., 2012; COLEMAN e RAMCHANDANI, 2010).

Passando para uma referência a estudos relacionados com eventos de corrida, destaca-se o estudo de Sato et al. (2016) que evidencia a participação neste tipo de eventos está relacionada com a atividade de corrida, sendo esta um indicador de lealdade comportamental. Os resultados também sugeriram que a participação em corridas contribui para a satisfação e para o bem-estar das pessoas, uma vez que promovem experiências dotadas de diversão. Com isto, denota-se a importância de oferecer serviços de qualidade que potencializem a diversão e a consequente satisfação dos participantes.

Já relacionado com a qualidade de serviços, destaca-se o estudo de Tsuji et al. (2007) que sugere a qualidade, quer do serviço principal, quer do periférico, como sendo preditores significativos da satisfação, tendo uma influência positiva. Importa destacar que a influência da qualidade do serviço principal teve maior significância ao nível da satisfação dos participantes. No que respeita às intenções de recomendação futuras, a qualidade do serviço periférico surge como um preditor significativo, enquanto que a qualidade do serviço principal tem apenas uma influência indireta nas mesmas. Ou seja, os serviços prestados devem ser dotados de qualidade nos seus diversos atributos, de forma a promover a satisfação e suscitar o interesse em participações futuras suportando realizar a recomendação da região (SHONK et al., 2012).

Ainda relativo a esta temática, o estudo de Kouthouris e Alexandris (2005) considera a empatia, a capacidade de resposta e a garantia como atributos da qualidade de serviços preditores das intenções comportamentais. Por sua vez, os resultados do estudo de Kelley e Turley (2001) sugerem a existência de nove atributos dos serviços que são tidos em consideração aquando da avaliação da qualidade e respetiva satisfação com os eventos desportivos, destacando-se a experiência do jogo, o tempo do espetáculo, o preço, o acesso a instalações e os empregados.

No âmbito da qualidade de serviços e respetiva satisfação, o estudo de Theodorakis et al. (2015) sugere que as três dimensões da qualidade dos serviços (qualidade da interação, do ambiente e do resultado final) serviços explicaram a maioria da variação na satisfação, tendo sido a qualidade do ambiente e a do resultado final as mais significativas. Tudo isto demonstra a relação entre a qualidade dos serviços e a satisfação, no entanto, não é avaliada a influência destes nas intenções comportamentais.

Relativamente à relação entre a qualidade, satisfação e intenções de voltar a participar nos eventos, o estudo de Shonk et al. (2017) refere a existência de uma relação positiva entre tais aspetos. Verificou-se que a habilidade, os tempos de operação, a informação, o design e a valência explicavam mais de metade da variação verificada na satisfação dos espectadores do evento, tendo-

se também verificado a existência de uma correlação positiva entre o estacionamento e a satisfação. Com isto, depreende-se que deve ser dada especial atenção a estes atributos, melhorando a qualidade dos mesmos, de forma a fomentar interesse em participações futuras. Há diversos fatores que determinam a satisfação das pessoas com o evento e as respectivas intenções em participações futuras, destacando-se a qualidade do evento, a facilidade de acessos e a situação económica e social do local onde ocorre o evento (SUÁREZ e PÉREZ, 2015).

Tendo em consideração tudo que já foi referenciado, facilmente se depreende que os resultados deste estudo sobre a corrida de São João contribuem para o enriquecimento da literatura ao nível da avaliação da qualidade dos eventos desportivos, nomeadamente os portugueses, e a sua influência ao nível das intenções de recomendação. Desta investigação destacam-se os atributos relativos ao *kit* de participação, ao processo de acreditação e à paisagem circundante, visto serem preditores das intenções de recomendação. No entanto, o atributo a que deve ser dada maior importância é o do processo de acreditação, uma vez que influencia as intenções de recomendação, quer do evento, quer da região como destino turístico. Como tal, os organizadores de eventos desportivos devem dar grande importância a este atributo de forma a aumentar a satisfação dos participantes, aumentando a probabilidade de os participantes voltarem a participar e recomendarem o evento e a região. Neste sentido, Jae Ko et al. (2010) destaca-se que o sucesso de um evento de desporto depende, em grande parte, das perceções da qualidade e do consequente grau de satisfação dos participantes e espectadores, ou seja, quanto mais positivas forem as perceções de qualidade, maior é a probabilidade de haver uma participação futura no evento.

No entanto, importa referenciar que este estudo possui diversas limitações, podendo estas ter tido alguma influência ao nível dos resultados. Estas podem ter passado pela não inclusão de algum atributo que influencie as perceções de qualidade e as respetivas intenções de recomendação (*e.g.* status do evento, cerimónias protocolares, sinalização e segurança). Ainda relacionado com os atributos da qualidade de serviços, no que respeita à especificação, estes podem não ter tido a especificação necessária, o que pode ter levado a interpretações diversas por parte dos participantes. Adicionalmente, ao considerar apenas as intenções de recomendação, não se pode aferir que estas correspondam às intenções de voltar a participar no evento ou de visitar a região.

Os resultados deste estudo permitem saber quais os atributos da qualidade de serviços preditores das intenções de recomendação da Corrida de S. João de Braga e da região de Braga como destino turístico. Com isto, as estratégias conduzidas pelos organizadores de eventos desportivos, em geral, e desta corrida, em particular, poderão ser melhoradas, devendo ser dada especial atenção aos atributos que têm uma influência positiva nas intenções de recomendação. No entanto, também devem ser melhorados os outros atributos, de forma a possibilitar a transformação

dos mesmos em preditores das intenções. Tudo isto, vai potencializar uma gestão mais eficiente dos eventos, melhorando os impactos dos mesmos em diversos domínios, tais como no turístico e no económico.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente investigação visou a avaliação da qualidade dos serviços prestados e a respetiva intenção de recomendação do evento e da região, por parte dos participantes da Corrida de São João de Braga.

Resulta conclusivo deste estudo que as qualidades de serviços explicam cerca de 25% das intenções de recomendação do evento. Assim, na Corrida de São João de Braga, com impacto estatisticamente significativo, encontram-se o processo de acreditação e o kit de participação. Por sua vez, os atributos que significam 15 % das intenções de recomendação da região como destino turístico referentes à qualidade de serviços apresentam-se, estatisticamente significativos, a paisagem circundante e o processo de acreditação. Efetivamente, o atributo com maior influência nas intenções de recomendação do evento foi o processo de acreditação, ao passo que no caso das intenções de recomendação da região foi a paisagem circundante. Adicionalmente, importa destacar o processo de acreditação, uma vez que foi um atributo com impacto nas intenções de recomendação da corrida e da região.

Em suma, refere-se que as corridas de rua se têm vindo a tornar um fenómeno cada vez mais frequente, sendo crucial dotar os serviços com qualidade, influenciando as intenções de recomendação quer do evento, quer da região, como um destino turístico. Além disso, os demais itens da qualidade de serviços aludidos neste estudo, mesmo que não estatisticamente significativos, devem ser do conhecimento das organizações de eventos desta magnitude, e conseqüentemente devem ser devidamente sopesados no processo de melhoria e aperfeiçoamento da organização das corridas. Sublinhe-se por fim que a indústria do turismo local deve considerar estes tipos de eventos desportivos como parte de suas atividades, atrações e estratégias para o crescimento da economia regional.

## REFERÊNCIAS



BRASIL, Banco Central do. Conversor de moedas. **Banco Central do Brasil**. 2019. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/conversao>. Acesso em: 21 de março de 2019.

BARAJAS, Ángel; SALGADO, Jesyca; SÁNCHEZ, Patricio. Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos. **Estudios de Economía Aplicada**, v. 30, n. 2, p. 441-461, 2012.

CARVALHO, Maria José et al. Economic impact of the 11th Douro Valley Half Marathon. **Physical Culture and Sport Studies and Research**, v. 78, n. 1, p. 41, 2018.

CARVALHO, Pedro Guedes; LOURENÇO, Rui. Turismo de prática desportiva: Um segmento do mercado do turismo desportivo. **Revista Portuguesa de Ciências do Desporto**, v. 9, n. 2, p. 122-132, 2009.

COLEMAN, Richard; RAMCHANDANI, Girish. The hidden benefits of non-elite mass participation sports events: an economic perspective. **International Journal of Sports Marketing and Sponsorship**, v. 12, n. 1, p. 19-31, 2010.

CRONIN, Joseph; BRADY, Michael; HULT, Tomas. Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. **Journal of Retailing**, v. 76, n. 2, p. 193-218, 2000.

FERREIRA, Mafalda. **Estudo Prática de Corrida em Portugal**. 2015. Disponível em: [http://www.marchaecorrida.pt/uploads/5a0c53d99b89c\\_1510757337.pdf](http://www.marchaecorrida.pt/uploads/5a0c53d99b89c_1510757337.pdf). Acesso em: 10 de junho de 2018.

GIBSON, Heather J; KAPLANIDOU, Kyriaki; KANG, Sung Jin. Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. **Sport management review**, v. 15, n. 2, p. 160-170, 2012.

GRATÃO, Otávio Augusto; ROCHA, Claudio Miranda. Dimensões da motivação para correr e para participar de eventos de corrida. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento** v. 24, n. 3, p. 90-102, 2016.

GRATTON, Chris; DOBSON, Nigel; SHIBLI, Simon. The economic importance of major sports events: A case-study of six events. **Managing Leisure**, v. 5, n. 1, p. 17-28, 2000.

JAE KO, Yong et al. The role of involvement and identification on event quality perceptions and satisfaction: A case of US Taekwondo Open. **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics**, v. 22, n. 1, p. 25-39, 2010.

KELLEY, Scott; TURLEY, Lou W. Consumer perceptions of service quality attributes at sporting events. **Journal of Business Research**, v. 54, p. 161– 166, 2001.

KOUTHOURIS, Charilaos; ALEXANDRIS, Konstantinos. 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**, v. 10, n. 2, p. 101-111, 2005.

SATO, Mikihiro; JORDAN, Jeremy; FUNK, Daniel. A distance-running event and life satisfaction: The mediating roles of involvement. **Sport Management Review**, v. 19, n. 5, p. 536-549, 2016.

SHONK, David et al. Measuring event quality, satisfaction, and intent to return at an international sport event: The ICF Canoe Slalom World Championships. **Journal of Global Sport Management**, v. 2, n. 2, p. 79-95, 2017.

SHONK, David et al. Site Selection, Satisfaction, and Intent to Return: An Exploratory Study of the Perceptions of Rights Holders of Small-Scale Sporting Events. **Journal of Convention & Event Tourism**, v. 13, n. 1, p. 1-15, 2012.

SUÁREZ, Arturo Díaz; PÉREZ, Ricardo Ibáñez (Org.). **La importancia del impacto económico del deporte en la sociedad actual**, 2015. Disponível em: <http://www.munideporte.com/imagenes/documentacion/ficheros/03C2413D.pdf>. Acesso em: 22 de junho de 2018.

THEODORAKIS, Nicholas; KAPLANIDOU, Kyriaki; KARABAXOGLU, Joanna. Effect of Event Service Quality and Satisfaction on Happiness Among Runners of a Recurring Sport Event. **Leisure Sciences**, v. 37, n. 1, p. 87-107, 2015.

TRUCCOLO, Adriana Barni; MADURO, Paula Andreatta; FEIJÓ, Eduardo Aguirre. Fatores motivacionais de adesão a grupos de corrida. **MOTRIZ - Revista de Educação Física** v. 14, n. 2, p. 108-114, 2008.

TSUJI, Yosuke; BENNETT, Gregg; ZHANG, James. Consumer satisfaction with an action sports event. **Sport Marketing Quarterly**, v. 16, n. 4, p. 199-208, 2007.

YOSHIDA, Masayuki; JAMES, Jeffrey Service quality at sporting events: Is aesthetic quality a missing dimension? **Sport Management Review**, v. 14, n. 1, p. 13-24, 2011.

## NOTAS DE AUTOR

AGRADECIMENTOS – Não se aplica

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA - Não se aplica.

CONSENTIMENTO DE USO DE IMAGEM - Não se aplica.

APROVAÇÃO DE COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA - Não se aplica.

CONFLITO DE INTERESSES - Não houve conflito de interesse.

## LICENÇA DE USO

Os autores cedem à **Motrivivência - ISSN 2175-8042** os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a [Licença Creative Commons Attribution Non-Comercial ShareAlike](#) (CC BY-NC SA) 4.0 International. Esta licença permite que **terceiros** remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, desde que para fins **não comerciais**, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico desde que

adotem a mesma licença, **compartilhar igual**. Os **autores** têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico, desde que para fins **não comerciais e compartilhar com a mesma licença**.

## **PUBLISHER**

Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Educação Física. LaboMídia - Laboratório e Observatório da Mídia Esportiva. Publicado no [Portal de Periódicos UFSC](#). As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

## **EDITORES**

Mauricio Roberto da Silva, Giovani De Lorenzi Pires, Rogério Santos Pereira.

## **HISTÓRICO**

Recebido em: 26 de outubro de 2018.

Aprovado em: 29 de abril de 2019.