



Apunts Educación Física y Deportes

ISSN: 1577-4015

ISSN: 2014-0983

info@revista-apunts.com

Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya

España

Taberner, Isaac; Juncà Pujol, Albert; Garcia-Domingo, Josep Lluís  
Satisfacción en acontecimientos deportivos locales: elementos del destino y del acontecimiento  
Apunts Educación Física y Deportes, vol. 38, núm. 150, 2022, Octubre-Diciembre, pp. 56-66  
Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya  
Barcelona, España

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551674775007>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



## Satisfacción en acontecimientos deportivos locales: elementos del destino y del acontecimiento

Isaac Taberner<sup>1</sup> , Albert Juncà<sup>1</sup>  y Josep Lluís Garcia-Domingo<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Grupo de Investigación en Deporte y Actividad Física (GREAf), Universidad de Vic – Universidad Central de Cataluña, Barcelona (España)

<sup>2</sup>Grupo de Investigación Data Analysis and Modeling (DAM), Universidad de Vic – Universidad Central de Cataluña, Barcelona (España)

### Citación

Taberner, I., Juncà, A., & Garcia-Domingo, J. L. (2022). Satisfaction in Local Sports Events: Elements of Destination and the Event. *Apunts Educación Física y Deportes*, 150, 56-66. [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2022/4\).150.07](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2022/4).150.07)

### Resumen

Los acontecimientos deportivos locales se han convertido en herramientas de promoción turística y de dinamización económica de los territorios que los acogen. Conocer con exactitud el perfil de los deportistas que participan en ellos, entender sus expectativas y proponerles experiencias satisfactorias es esencial para aprovechar todos los beneficios que estos acontecimientos pueden aportar a los territorios. En este sentido, el objetivo de este estudio se centró en identificar los elementos del destino y del acontecimiento que más influyen en la satisfacción de los participantes. La muestra estuvo compuesta por 476 deportistas que durante el 2019 participaron en acontecimientos deportivos al aire libre en la comarca de Osona. Mediante cuestionarios se evaluaron 13 elementos relativos al acontecimiento y 24 al destino. Los resultados del estudio mostraron el papel relevante de la presencia o no de acompañantes del deportista en los atributos de destino que afectan a la satisfacción del deportista. Y revelaron, también, que la calidad del recorrido, la profesionalidad de la organización y los voluntarios, y la aplicación de medidas de protección del medio ambiente y la calidad de los avituallamientos son los elementos relacionados con el acontecimiento que más influyen en la satisfacción de los participantes. Con respecto al destino, los atractivos naturales y el entorno y el ambiente se mostraron como los elementos más influyentes.

**Palabras clave:** acontecimientos deportivos locales, destino deportivo, satisfacción, turismo deportivo.

### Editado por:

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

ISSN: 2014-0983

### \*Correspondencia:

Isaac Taberner  
[isaac.taberner@uvic.cat](mailto:isaac.taberner@uvic.cat)

### Sección:

Gestión deportiva,  
ocio activo y turismo

### Idioma del original:

Catalán

### Recibido:

8 de diciembre de 2021

### Aceptado:

21 de abril de 2022

### Publicado:

1 de octubre de 2022

### Portada:

Gimnasio INEFC Lleida  
© Sandra González

## Introducción

Los acontecimientos deportivos pueden proporcionar múltiples beneficios a los destinos que los acogen: valor añadido a la experiencia turística, impacto económico, creación de imagen de destino, atracción de turistas o prestigio para el territorio (Tasci et al., 2018).

Tradicionalmente, la investigación sobre esta cuestión se ha enfocado hacia los grandes acontecimientos deportivos. No obstante, desde principios de la década de 2000, muchos gestores de destinos se han dado cuenta también del potencial económico y turístico de los acontecimientos deportivos locales (ADL) (Kaplanidou y Gibson, 2010). Gibson et al. (2012) los definen como acontecimientos menores, con más participantes que espectadores, dirigidos a atletas *amateurs*, celebrados anualmente, de bajo interés mediático, de actividad económica limitada y con una baja inversión pública en comparación con los grandes acontecimientos.

El número de ADL ha crecido mucho en los últimos años y al mismo tiempo también ha crecido el interés por estudiar el potencial turístico (Fotiadis et al., 2016). Algunos de los beneficios de los ADL que más se han estudiado son la promoción del turismo sostenible, el impacto económico, la desestacionalización del turismo (Kenelly, 2017) o la mejora de la imagen de destino (Milovanovic et al., 2021).

A pesar de que a nivel nacional los ADL tienen un impacto menor, sí que adquieren una relevancia especial para los destinos que los acogen. Incluso, en algunos casos, el potencial de desarrollo turístico es más elevado en acontecimientos locales que en grandes acontecimientos, especialmente si se celebran de forma recurrente (Malchrowicz y Poczta, 2018).

El solo hecho de organizar y acoger ADL, sin embargo, no garantiza la obtención de todos estos beneficios. Zarei et al. (2018) apuntan a que los clientes no solo compran productos y servicios, sino que buscan experiencias que satisfagan sus expectativas. Y sugieren que el proceso para satisfacer las necesidades de los consumidores requiere entenderlas y alinearlas al servicio deportivo antes de diseñarlo, producirlo y entregarlo.

Según estos autores, pues, la satisfacción se entrevé clave para maximizar todos los beneficios potenciales expuestos anteriormente. En el ámbito del deporte, la satisfacción ha sido estudiada a varios niveles, sobre todo en el ámbito de las instalaciones (Elasri et al., 2015) y los acontecimientos deportivos (Theodorakis et al., 2015). A menudo la satisfacción se describe mediante el modelo expectativa-disconfirmación, que sugiere que la satisfacción de los clientes se encuentra a partir de la diferencia entre la percepción final del funcionamiento de un servicio y sus expectativas previas sobre este (Oliver, 1980).

En el contexto de los acontecimientos deportivos, Yoshida y James (2010) entienden la satisfacción como “el cumplimiento gratificante de las necesidades derivadas

de la participación en el acontecimiento deportivo y de los servicios que se ofrecen”. Además, hay que distinguir entre la satisfacción general y la satisfacción por atributos (Prayag y Grivel, 2018). En este sentido, las variables sociodemográficas, el tipo de acompañante o el objetivo de participación en la prueba deportiva condicionan los atributos que más se valoran tanto en acontecimientos como en destinos (Sato et al., 2017).

Varios estudios demuestran que la satisfacción de los participantes en acontecimientos deportivos actúa como predictor de una futura participación (Kaplanidou y Gibson, 2010). Así, una mayor satisfacción incrementa las intenciones de volver a visitar el destino y de recomendarlo a amigos y familiares (Xiao et al., 2019).

Aicher y Newland (2018) constatan que los elementos organizativos de los acontecimientos son evaluados por los participantes a la hora de valorar su experiencia. En este sentido, Du et al. (2015) identificaron varios elementos que afectan a la satisfacción de los participantes y los agruparon en cinco categorías: operaciones del acontecimiento, atributos del acontecimiento, servicios complementarios, *expo amenities* y prestación de servicios.

Con respecto a los destinos deportivos, algunos de los elementos que influyen en la satisfacción de los participantes son la accesibilidad al territorio, el transporte, la calidad de los alojamientos o las opciones de entretenimiento (Aicher y Newland, 2018). Además, parece que los elementos naturales, como el paisaje y el entorno, afectan a la satisfacción de los turistas deportivos (Peric et al., 2018). En una línea similar, Buning y Gibson (2016) remarcan la importancia de las condiciones de viaje a la hora de participar en acontecimientos deportivos y alertan de que la evaluación del acontecimiento y del destino depende, en buena parte, de los compañeros de viaje.

En resumen, en el caso de los acontecimientos locales, una experiencia satisfactoria depende directamente de las instalaciones, los servicios y las características del producto, tanto del destino como del acontecimiento (Priporas et al., 2018).

Es por eso que en este estudio se plantearon tres objetivos: identificar qué elementos del acontecimiento afectan a la satisfacción de los participantes en los acontecimientos deportivos locales al aire libre, identificar qué atributos del destino afectan a la satisfacción de los participantes en los acontecimientos deportivos locales al aire libre y examinar cómo influyen en la satisfacción el tipo de acompañantes y el número de ediciones en que los deportistas han participado.

Esta investigación se enmarcó en la comarca de Osona (Cataluña), un territorio situado a unos 60 kilómetros de Barcelona, donde desde hace más de cinco años las administraciones, empresas y organizaciones deportivas están trabajando para posicionarse como destino de turismo deportivo. En el año 2019 se celebraron 95 acontecimientos deportivos al aire libre, que congregaron a más de 23,800 participantes.

## Metodología

### Diseño y procedimiento

En colaboración con los organizadores de cinco acontecimientos locales al aire libre de la comarca de Osona, se enviaron cuestionarios en línea a los deportistas que habían participado en la edición de 2019 de estas pruebas. Los acontecimientos analizados fueron tres de carreras de montaña –“Trail de les Fonts del Montseny” (1,146 participantes), “Pels Camins dels Matxos” (766), “Carrera de Roc Gros” (458)–, una prueba de bicicleta de montaña –“Cabrerès BTT” (de 1,697 participantes)–, y una de bicicleta de carretera –“Marxa Jufré Riuprimer” (836 participantes)–.

El estudio contó con el visto bueno del Comité de Ética de Investigación de la UVic – UCC (113/2020). Asimismo, se recogió el consentimiento informado de todos los participantes en el estudio.

### Participantes

Un total de 476 deportistas (119 del “Trail de les Fonts del Montseny”, 95 de “Pels Camins dels Matxos”, 27 de “Roc Gros”, 115 de la “Cabrerès BTT” y 120 de la “Marxa Jufré Riuprimer”) respondieron a los cuestionarios enviados. La muestra (Tabla 1) era predominantemente masculina (84%), con estudios universitarios (44%) y laboralmente activa (94%). La edad de los participantes iba de 16 a 73 años, con una media de 45.57 años, mientras que la franja de ingresos más numerosa (38%) corresponde a la situada entre los 20.000 y los 29.000 € anuales netos.

### Instrumento

Los elementos del acontecimiento y el destino que más afectan a la satisfacción de los participantes se midieron a través de un cuestionario dividido en cuatro bloques. En primera instancia se recopiló información demográfica, que incluía el género, la edad, el nivel de estudios y los ingresos anuales. El segundo bloque hacía referencia a la participación de los deportistas en los acontecimientos e incluía las cuestiones relativas al número y tipo de acompañantes y al número de ediciones en las que habían participado. A continuación estaban las preguntas relacionadas con los elementos del acontecimiento, que contenía 13 ítems basados en la literatura previa (Newland y Aicher, 2018; Buning y Gibson, 2016; Theodorakis et al., 2015, y Peric et al., 2018). Para acabar, estaban las cuestiones relativas a los elementos del destino, que constaba de 24 atributos basados en la propuesta de Chi y Qu (2008).

Todos estos elementos se valoraron mediante una escala de tipo Likert de 7 puntos, tal como proponen varios estudios anteriores (Theodorakis et al., 2015; Chi y Qu, 2008). La consistencia interna del cuestionario se comprobó mediante el alfa de Cronbach, que presentó un valor adecuado (.967) para proceder a hacer el análisis.

### Análisis de datos

Con el fin de conocer los factores latentes en las respuestas de los participantes, se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) con el *software* SPSS 28.0. El método de extracción utilizado fue el de máxima verosimilitud con rotación Varimax y se fijó un valor mínimo de carga factorial de .45.

**Tabla 1**

*Distribución de la muestra.*

	Género	Edad	Estudios	Ingresos (€)	Acompañantes	Participaciones
H	84%	16-29 9%	ESO 16%	< 9,999 5%	Solo 22%	Una 27%
M	16%	30-39 17%	Bach. 10%	10,000 a 19,999 15%	Pareja 10%	Dos 31%
NB	0%	40-49 38%	FP 30%	20,000 a 29,999 38%	Familia 15%	> Dos 42%
		50-59 27%	Grado 25%	30,000 a 39,999 20%	Amigos 52%	
		> 59 9%	Posg. 18%	40,000 a 49,999 11%	Otros 1%	
			Doct. 1%	50,000 a 59,999 5%		
			> 59,999 7%			

La prueba de esfericidad de Barlett ( $p < .05$ ) y el índice de Kaiser-Meyer-Olkin (.945) validaron el análisis factorial de los datos.

Por último, siguiendo el análisis efectuado en estudios similares en el ámbito de la satisfacción en servicios y acontecimientos deportivos (Elasri et al., 2015; Newland y Aicher, 2018; Peric et al., 2018), se hizo la prueba T para muestras independientes para segmentar los resultados en función del género y se utilizó el ANOVA con el análisis

*post hoc* de Tukey para detectar posibles diferencias significativas según el tipo de acompañantes de los participantes a los acontecimientos.

## Resultados

El análisis factorial exploratorio reveló la existencia de cinco factores con valores propios superiores a 1 que explican el 67.57% de la varianza (Tabla 2).

**Tabla 2**  
Estructura factorial identificada.

	F1	F2	F3	F4	F5
<b>Factor 1: Acontecimiento</b>					
Profesionalidad de la organización y de los voluntarios	0.800				
Calidad de los avituallamientos	0.764				
Bolsa del corredor y otros obsequios	0.751				
Facilidad de acceso	0.746				
Calidad del recorrido	0.736				
Claridad de la información previa	0.731				
Aplicación de medidas de protección del medio ambiente	0.725				
Calidad del <i>village</i>	0.678				
Atmósfera y apoyo de los espectadores	0.677				
Tradición e historia del acontecimiento	0.658				
Precio de la inscripción	0.650				
Servicio de fotografías a los deportistas durante la prueba	0.635				
Proximidad de la prueba al lugar de residencia	0.475				
<b>Factor 2: Precios y servicios del destino</b>					
Relación calidad-precio en el alojamiento		0.863			
Precio de las actividades y comercios		0.845			
Relación calidad-precio en restauración		0.784			
Diversidad de opciones de alojamiento		0.714			
Variedad de opciones de restauración y propuestas culinarias		0.621			
Oportunidades recreativas al aire libre		0.574			
Comunicaciones y accesos		0.505	0.415		
Variedad de espacios para actividades en la naturaleza		0.486			
Variedad de deportes y actividades náuticas		0.485		0.447	
Aparcamiento disponible próximo a servicios y opciones de entretenimiento		0.472			

**Tabla 2** (Continuación)  
Estructura factorial identificada.

	F1	F2	F3	F4	F5
<b>Factor 3: Entorno y ambiente</b>					
Ambiente tranquilo y relajado			0.824		
Residentes amables y hospitalarios			0.779		
Entorno limpio y ordenado			0.766		
Clima agradable			0.728		
Entorno poco masificado			0.671		
Zona segura y protegida			0.662		
<b>Factor 4: Entretenimiento y ocio</b>					
Variedad de opciones de entretenimiento				0.813	
Variedad de opciones de ocio nocturno				0.787	
Variedad de acontecimientos culturales, festivos, ferias y mercados				0.670	
Variedad de opciones comerciales locales		0.540		0.565	
Elementos históricos y patrimoniales distintivos				0.545	
<b>Factor 5: Atractivos naturales</b>					
Paisajes y atractivos naturales singulares			0.469		0.762
Recorridos y caminos atractivos			0.489		0.750
Ríos y lagos atractivos					0.656
% de varianza	43.98%	9.44%	8.04%	2.94%	3.35%

El primer factor, denominado “acontecimiento”, explica el 43.98% de la varianza e incluye 13 ítems asociados con elementos organizativos del acontecimiento deportivo. El segundo factor, etiquetado como “precios y servicios del destino”, explica el 9.44% y aglutina las características del destino referentes a servicios y accesibilidad. El tercero, denominado “entorno y ambiente”, explica el 8.04% de la varianza y tiene que ver con la atmósfera de la zona. El cuarto, “entretenimiento y ocio”, explica el 2.94% de la varianza y hace referencia a las opciones de entretenimiento, ocio y cultura que presenta el destino. Por último, el quinto, “atractivos naturales”, explica el 3.35% de la varianza y engloba los ítems relativos a los activos naturales del territorio.

En relación con el objetivo de identificar los elementos de los acontecimientos que más afectan a la satisfacción de los participantes, se observó que “la calidad del recorrido” (5.93), “la profesionalidad de la organización y de los voluntarios” (5.70), “la aplicación de medidas de protección del medio

ambiente” (5.50) y “la calidad de los avituallamientos” (5.45) serían los ítems con más influencia (Tabla 3).

Por otra parte, los elementos con menos peso en la satisfacción de los participantes fueron “la proximidad de la prueba al lugar de residencia” (4.02), “el servicio de fotografías a los deportistas durante la prueba” (4.34) y “la calidad del *village*” (4.40). Estos tres son los únicos indicadores por debajo de los 4.5 puntos.

En la comparación de los elementos en función del género no se observaron diferencias significativas entre hombres y mujeres. En cambio, en relación con el tipo de acompañantes con quienes el participante viaja al acontecimiento (Tabla 4) se obtuvieron diferencias significativas en dos elementos: “la calidad del *village*” y “la tradición e historia del acontecimiento”. En estos elementos, según el análisis *post hoc*, las diferencias fueron significativas entre los participantes que van solos y los que van acompañados por amigos.

**Tabla 3***Media de los elementos relacionados con el acontecimiento.*

	Media	DE
Profesionalidad de la organización y los voluntarios	5.70	1.71
Calidad de los avituallamientos	5.45	1.71
Bolsa del corredor y otros obsequios	4.79	1.85
Facilidad de acceso	5.05	1.86
Calidad del recorrido	5.93	1.68
Claridad de la información previa	5.18	1.80
Aplicación de medidas de protección del medio ambiente	5.50	1.72
Calidad del <i>village</i>	4.40	1.93
Atmósfera y apoyo de los espectadores	4.97	1.85
Tradición e historia del acontecimiento	4.80	1.93
Precio de la inscripción	4.95	1.83
Servicio de fotografías a los deportistas durante la prueba	4.34	1.92
Proximidad de la prueba al lugar de residencia	4.02	2.11

**Tabla 4***Diferencias en los elementos relacionados con el acontecimiento según el tipo de acompañantes.*

	Solo (1)	Pareja (2)	Familia (3)	Amigos (4)	Otros (5)	F	Sig.	Post Hoc
Profesionalidad de la organización y los voluntarios	5.47	5.98	4.42	5.81	5.80	1.559	.184	
Calidad de los avituallamientos	5.26	5.49	5.21	5.61	4.80	1.439	.220	
Bolsa del corredor y otros obsequios	4.46	4.96	4.73	4.94	3.60	1.865	.115	
Facilidad de acceso	5.05	5.06	4.49	5.22	4.40	2.365	.052	
Calidad del recorrido	5.80	6.38	5.72	5.97	5.40	1.457	.214	
Claridad de la información previa	5.17	5.47	5.01	5.20	4.60	.589	.670	
Aplicación de medidas de protección del medio ambiente	5.31	6.00	5.27	5.55	5.20	1.721	.144	
Calidad del <i>village</i>	3.95	4.66	4.04	4.67	3.00	4.180	.002*	1<4
Atmósfera y apoyo de los espectadores	4.68	5.32	5.00	5.04	4.00	1.502	.201	
Tradición e historia del acontecimiento	4.53	4.94	4.42	5.02	3.60	2.551	.038*	1<4
Precio de la inscripción	4.91	4.98	4.73	5.04	4.40	0.563	.689	
Servicio de fotografías a los deportistas durante la prueba	4.16	4.21	4.40	4.44	3.60	0.645	.630	
Proximidad de la prueba al lugar de residencia	3.78	3.85	3.84	4.21	4.00	1.056	.378	

**Tabla 5***Diferencias en los elementos relacionados con el acontecimiento según el número de ediciones.*

	1 (a)	2 (b)	> 2 (c)	F	Sig.	Post Hoc
Profesionalidad de la organización y los voluntarios	5.60	5.71	5.74	0.291	.747	
Calidad de los avituallamientos	5.30	5.55	5.48	0.792	.454	
Bolsa del corredor y otros obsequios	4.57	4.89	4.86	1.318	.269	
Facilidad de acceso	5.00	5.11	5.04	0.118	.889	
Calidad del recorrido	5.83	6.05	5.90	0.589	.555	
Claridad de la información previa	5.19	5.26	5.13	0.238	.788	
Aplicación de medidas de protección del medio ambiente	5.43	5.57	5.49	0.233	.792	
Calidad del <i>village</i>	4.05	4.54	4.51	2.882	.057	
Atmósfera y apoyo de los espectadores	4.84	5.13	4.93	0.924	.397	
Tradición e historia del acontecimiento	4.49	4.70	5.08	3.917	.021*	a<c
Precio de la inscripción	5.04	4.97	4.89	0.265	.767	
Servicio de fotografías a los deportistas durante la prueba	4.03	4.55	4.37	2.620	.074	
Proximidad de la prueba al lugar de residencia	3.73	4.12	4.13	1.623	.198	

**Tabla 6***Media de los elementos relacionados con el acontecimiento.*

	Media	DE
Relación calidad-precio en el alojamiento	4.49	1.98
Precio de las actividades y comercios	4.61	1.90
Relación calidad-precio en restauración	4.84	1.81
Diversidad de opciones de alojamiento	4.04	1.92
Variedad de opciones de restauración y propuestas culinarias	4.38	1.83
Oportunidades recreativas al aire libre	4.60	1.99
Comunicaciones y accesos	4.96	1.69
Variedad de espacios para actividades en la naturaleza	4.82	1.99
Variedad de deportes y actividades náuticas	3.25	1.96
Aparcamiento disponible próximo a servicios y opciones de entretenimiento	5.11	1.80
Ambiente tranquilo y relajado	5.78	1.39
Residentes amables y hospitalarios	5.60	1.55
Entorno limpio y ordenado	5.93	1.36
Clima agradable	5.64	1.46
Entorno poco masificado	5.79	1.46
Zona segura y protegida	5.60	1.50
Variedad de opciones de entretenimiento	3.56	1.89
Variedad de opciones de ocio nocturno	2.89	1.86
Variedad de acontecimientos culturales, festivales, ferias y mercados	4.02	1.89
Variedad de opciones comerciales locales	3.61	1.83
Elementos históricos y patrimoniales distintivos	4.13	1.92
Paisajes y atractivos naturales singulares	6.05	1.42
Recorridos y caminos atractivos	6.05	1.40
Ríos y lagos atractivos	5.63	1.64

En la comparativa según el número de participaciones en el acontecimiento (Tabla 5), se observaron diferencias significativas en un único elemento (“Tradición e historia del acontecimiento”). En este caso, el elemento en cuestión tenía más influencia en la satisfacción de los deportistas que habían participado en más de dos ediciones (5.08) que en los que participaban por primera vez (4.49). En el resto de elementos, aunque había ligeras diferencias, estas no eran significativas.

En cuanto al objetivo de identificar los elementos del destino que más afectan a la satisfacción de los participantes, los datos mostraron que “los paisajes y atractivos naturales singulares” (6.05) y “los recorridos y caminos atractivos” (6.05) eran los únicos ítems con valores superiores a los 6 puntos (Tabla 6). Acto seguido, se situaron los indicadores relativos a “entorno limpio y ordenado” (5.93), “el entorno poco masificado” (5.79) y “el ambiente tranquilo y relajado” (5.78). Por otra parte, los ítems con menos importancia fueron “la variedad de opciones de ocio nocturno” (2.89),

“la variedad de deportes y actividades náuticas” (3.25), “la variedad de opciones de entretenimiento” (3.56) y “la variedad de opciones comerciales locales” (3.61).

La comparación de los atributos del destino en función del tipo de acompañantes con quienes el participante visita el destino del acontecimiento presentó diferencias significativas en dieciocho elementos (Tabla 7). Mediante el análisis *post hoc* se observó que los ítems en los que había diferencias significativas eran entre los participantes que van solos y los que participan acompañados. Eso se observó en 8 elementos respecto de los que van con la pareja, en 5 elementos en los que van con amigos y en 2 en los que asisten con la familia. Además, los deportistas que van sin acompañante otorgaron puntuaciones más bajas a todos los elementos que el resto de colectivos. Cuando esta comparación se efectuó en relación con el género, igual que pasaba con los elementos del acontecimiento, no se encontraron diferencias significativas entre hombres y mujeres.

**Tabla 7**

Diferencias en los atributos del destino según el tipo de acompañantes.

	Solo (1)	Pareja (2)	Familia (3)	Amigos (4)	Otros (5)	F	Sig.	Post Hoc
Relación calidad-precio en el alojamiento	4.13	5.04	4.68	4.49	4.20	1.997	.094	
Precio de las actividades y comercios	4.08	5.34	4.70	4.69	3.40	4.565	.001*	1<2,1<4
Relación calidad-precio en restauración	4.44	5.34	4.84	4.94	3.60	3.012	.018*	1<2
Diversidad de opciones de alojamiento	3.63	4.74	4.05	4.07	4.00	2.811	.025*	1<2
Variedad de opciones de restauración y propuestas culinarias	3.94	4.79	4.36	4.50	3.80	2.495	.042*	
Oportunidades recreativas al aire libre	4.15	5.02	4.86	4.67	2.80	3.362	.010*	
Comunicaciones y accesos	4.62	5.23	5.03	5.02	5.20	1.480	.207	
Variedad de espacios para actividades en la naturaleza	4.33	5.21	5.03	4.93	3.00	3.530	.007*	
Variedad de deportes y actividades náuticas	2.87	3.77	3.53	3.24	2.20	2.533	.040*	
Aparcamiento disponible próximo a servicios y opciones de entretenimiento	4.60	5.66	5.03	5.24	5.40	3.632	.006*	1<2,1<4
Ambiente tranquilo y relajado	5.39	6.02	5.99	5.85	5.20	3.262	.012*	1<3,1<4
Residentes amables y hospitalarios	5.20	5.70	5.59	5.73	5.40	1.664	.157	
Entorno limpio y ordenado	5.59	6.13	6.04	6.00	6.40	2.289	.059	
Clima agradable	5.25	5.87	5.82	5.69	6.00	2.585	.036*	
Entorno poco masificado	5.45	6.00	5.92	5.85	6.20	2.031	.089	
Zona segura y protegida	5.20	5.85	5.63	5.69	6.40	2.755	.028*	1<4
Variedad de opciones de entretenimiento	3.12	3.91	3.90	3.60	2.60	2.824	.024*	1<3
Variedad de opciones de ocio nocturno	2.47	3.15	3.10	2.98	2.20	2.126	.077	
Variedad de acontecimientos culturales, festivos, ferias y mercados	3.67	4.68	4.21	4.00	3.60	2.607	.035*	1<2
Variedad de opciones comerciales locales	3.13	4.17	3.59	3.73	3.00	3.365	.010*	1<2,1<4
Elementos históricos y patrimoniales distintivos	3.84	4.81	4.01	4.18	2.60	2.974	.019*	1<2
Paisajes y atractivos naturales singulares	5.78	6.45	6.21	6.06	5.00	2.838	.024*	
Recorridos y caminos atractivos	5.76	6.45	6.16	6.09	5.20	2.733	.029*	1<2
Ríos y lagos atractivos	5.40	6.11	5.63	5.66	4.20	2.509	.041*	

En la comparativa según el número de participaciones en el acontecimiento se observaron diferencias significativas en cinco elementos (Tabla 8). En dos de los cinco elementos, las diferencias aparecieron entre los deportistas que habían participado en una sola edición y los que habían participado en dos ediciones (“comunicaciones y accesos” y “entorno limpio y ordenado”). El elemento

“clima agradable” mostró diferencias significativas entre los deportistas que habían participado una vez (5.35) y los que habían participado en más de dos (5.76). Con respecto al ítem “variedad de opciones de ocio nocturno”, las diferencias se observaron entre los que habían participado dos veces (2.63) y los que lo habían hecho en más de dos ocasiones (3.14).

**Tabla 8**

*Diferencias en los elementos atributos del destino según el número de ediciones.*

	1 (a)	2 (b)	> 2 (c)	F	Sig.	Post Hoc
Relación calidad-precio en el alojamiento	4.75	4.41	4.39	1.431	.240	
Precio de las actividades y comercios	4.85	4.55	4.50	1.427	.241	
Relación calidad-precio en restauración	4.90	4.89	4.77	0.268	.765	
Diversidad de opciones de alojamiento	4.14	3.99	4.01	0.255	.775	
Variedad de opciones de restauración y propuestas culinarias	4.31	4.47	4.35	0.272	.762	
Oportunidades recreativas al aire libre	4.60	4.69	4.54	0.261	.770	
Comunicaciones y accesos	4.69	5.27	4.89	4.525	.011*	a<b
Variedad de espacios para actividades a la naturaleza	4.69	4.96	4.80	0.635	.530	
Variedad de deportes y actividades náuticas	3.20	3.35	3.21	0.277	.758	
Aparcamiento disponible próximo a servicios y opciones de entretenimiento	4.91	5.34	5.08	2.091	.125	
Ambiente tranquilo y relajado	5.63	5.93	5.76	1.683	.187	
Residentes amables y hospitalarios	5.41	5.74	5.62	1.590	.205	
Entorno limpio y ordenado	5.74	6.15	5.90	3.209	.041*	a<b
Clima agradable	5.35	5.72	5.76	3.540	.030*	a<c
Entorno poco masificado	5.65	6.02	6.71	2.775	.063	
Zona segura y protegida	5.31	5.73	5.68	3.171	.043*	
Variedad de opciones de entretenimiento	3.41	3.46	3.73	1.464	.232	
Variedad de opciones de ocio nocturno	2.82	2.63	3.14	3.361	.036*	b<c
Variedad de acontecimientos culturales, festivos, ferias y mercados	3.94	3.88	4.18	1.192	.305	
Variedad de opciones comerciales locales	3.61	3.61	3.61	0	1.000	
Elementos históricos y patrimoniales distintivos	4.14	4.15	4.10	0.030	.970	
Paisajes y atractivos naturales singulares	5.87	6.19	6.06	1.756	.174	
Recorridos y caminos atractivos	5.84	6.21	6.08	2.374	.094	
Ríos y lagos atractivos	5.52	5.63	5.69	0.435	.648	

## Discusión y conclusiones

Los resultados del presente estudio muestran que los elementos que más afectan a la satisfacción de los participantes en los ADL –que a su vez influyen en las intenciones de participación futura, de retorno al destino y de recomendación a amigos y familiares– se reducen a cinco factores: acontecimiento, precio y servicios del destino, entorno y ambiente, entretenimiento y ocio, y atractivos naturales.

Los elementos relacionados con el propio acontecimiento coinciden con estudios anteriores, y la calidad del recorrido es lo que más influye en línea con los resultados obtenidos por Newland y Aicher (2018), Getz y McConnell (2014). La profesionalidad de la organización y de los voluntarios es el segundo elemento con más influencia en la satisfacción de los participantes, coincidiendo con lo que señalan Xiao et al. (2019). Sin embargo, este resultado se contrapone con el estudio de Theodorakis et al. (2015), en el que no se encontraron relaciones significativas entre las interacciones de los participantes con los organizadores y la satisfacción. Desde la perspectiva de los espectadores, algunos estudios también muestran una relación significativa entre el trato con el personal y la satisfacción (Yoshida y James, 2010). El tercer elemento con más peso es la aplicación de medidas de protección del medio ambiente, en línea con los resultados obtenidos por Peric et al. (2018), que apuntan a que eso se puede deber a una mayor concienciación ambiental de los participantes y al hecho de que estos quieren preservar el entorno natural, indispensable para practicar sus disciplinas deportivas. Un último elemento que aparece con bastante frecuencia en la literatura sobre satisfacción en acontecimientos deportivos es la atmósfera y el ambiente que rodea la prueba. Mientras que Theodorakis et al. (2015) lo señalan como un elemento importante para los participantes, los resultados obtenidos en el presente estudio sugieren una influencia menor coincidiendo con el estudio de Getz y McConnell (2014), también sobre ciclistas y corredores de montaña.

En relación con la influencia del tipo de acompañantes, Buning y Gibson (2016) reportan diferencias significativas cuando un deportista viaja solo o con otros ciclistas o cuando lo hace con no deportistas. Los deportistas que viajan solos valoran como más importantes varios elementos del acontecimiento: precio de la inscripción, calidad del recorrido o tradición de la prueba. No obstante, en el presente estudio solo se han detectado diferencias significativas en la calidad del *village*. En cuanto al número de participaciones en el acontecimiento, las diferencias detectadas hacen referencia, nuevamente, a un solo elemento. Así, los datos de la presente investigación no coinciden con los reportados por Buning y Gibson (2016), que señalan diferencias en la importancia de elementos como la calidad del recorrido, el precio de la

inscripción o la claridad de la información previa.

Con respecto al objetivo de identificar los atributos del destino con más peso en la satisfacción de los participantes, los resultados muestran que los elementos comprendidos dentro de los “atractivos naturales” y los de “entorno y ambiente” son los más influyentes. Son especialmente relevantes ítems como la singularidad de los atractivos naturales, la atracción de los caminos y recorridos de la zona, la limpieza del entorno, la ausencia de masificación o la tranquilidad del ambiente. Estos resultados coinciden con los obtenidos por Peric et al. (2018) y Buning y Gibson (2016), que destacan el entorno natural y aspectos relacionados con la seguridad de la zona. Más allá de los atractivos naturales y del entorno, los resultados revelan que la hospitalidad de los residentes es uno de los elementos que más influye en la satisfacción de los participantes. En este sentido, Kim y Jogaratham (2015) apuntan a que la hospitalidad es uno de los atributos de destino que mejor predice la satisfacción de los visitantes.

Con respecto al tipo de acompañantes, Buning y Gibson (2016) sugieren que ciertos atributos de destino como las opciones de entretenimiento, los elementos históricos y las actividades paralelas al acontecimiento cobran importancia entre los participantes acompañados por no deportistas. Los resultados del presente estudio siguen esta misma línea. Así, se han encontrado diferencias significativas en ocho de los diez atributos relativos a los servicios del destino y en cuatro de los cinco relativos al entretenimiento y el ocio. De hecho, los deportistas que viajan con pareja manifiestan una influencia mayor de los servicios de destino y el entretenimiento en su satisfacción que aquellos que viajan solos. Eso se puede deber al hecho de que los que viajan solos priorizan la participación en el acontecimiento, mientras que los que lo hacen en pareja buscan el equilibrio entre la prueba deportiva y el ocio.

De los resultados del estudio, se extraen implicaciones prácticas de cara a la organización de ADL y de su aprovechamiento turístico, tanto desde la perspectiva de los organizadores como desde la de los gestores de destino. En este sentido, tal como señalan Kaplanidou et al. (2013), es primordial la coordinación entre los distintos *stakeholders* implicados. La colaboración entre los organizadores de ADL y los gestores del destino se entrevé clave para maximizar la satisfacción de los participantes que viajan acompañados y que, por lo tanto, generan más impacto económico en la zona.

Finalmente, teniendo en cuenta la dimensión de la muestra de este estudio, habría que seguir investigando la influencia de los elementos del acontecimiento y del destino en la satisfacción de los participantes en acontecimientos de otros tipos, en nuevos destinos y con muestras diferentes. Parece especialmente relevante investigar la perspectiva de los acompañantes y de los espectadores, que a menudo

tienen un peso importante en la elección final tanto del acontecimiento como del destino. Por último, conocer con más profundidad la perspectiva de los organizadores, y poder alinearla con la de los participantes, también se entrevistó una línea de investigación muy interesante que podría contribuir a mejorar y consolidar la calidad de los acontecimientos deportivos locales y la satisfacción de los deportistas y sus acompañantes.

## Referencias

- Aicher, T. & Newland, B. (2018). To explore or race? Examining endurance athletes' destination event choices. *Journal of Vacation Marketing*, 24(4), 340-354. <https://doi.org/10.1177/1356766717736364>
- Buning, R. & Gibson, H. (2016). The role of travel conditions in cycling tourism: implications for destination and event management. *Journal of Sport & Tourism*, 20(3-4), 175-193. <https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1155474>
- Chi, C. & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624-636. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007>
- Du, J., Jordan, J., & Funk, D. (2015). Managing Mass Sport Participation: Adding a Personal Performance Perspective to Remodel Antecedents and Consequences of Participant Sport Event Satisfaction. *Journal of Sport Management*, 29(6), 688-704. <https://doi.org/10.1123/JSM.2014-0225>
- Elasri, A., Triadó, X., & Aparicio, P. (2015). La satisfacció dels clients dels centres esportius municipals de Barcelona. *Apunts Educació Física i Esports*, 119(1), 109-117. [http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.cat.\(2015/1\).119.08](http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.cat.(2015/1).119.08)
- Fotiadis, A., Xie, L., & Li, Y. Huan, T-C. (2016). Attracting athletes to small-scale sports events using motivational decision-making factors. *Journal of Business Research*, 69(11), 5467-5472. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.157>
- Getz, D. & McConnell, D. (2014). Comparing Trail Runners and Mountain Bikers: Motivation, Involvement, Portfolios, and Event-Tourist Careers. *Journal of Convention & Event Tourism*, 15(1), 69-100. <http://dx.doi.org/10.1080/15470148.2013.834807>
- Gibson, H., Kaplanidou, K., & Kang, S. (2012). Small-scale event tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15(2), 160-170. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.08.013>
- Kaplanidou, K., Kerwin, S., & Karadakis, K. (2013). Understanding sport event success: exploring perceptions of sport event consumers and event providers. *Journal of Sport & Tourism*, 18(3), 137-159. <https://doi.org/10.1080/14775085.2013.861358>
- Kaplanidou, K. & Gibson, H. (2010). Predicting Behavioral Intentions of Active Event Sport Tourists: The Case of a Small-scale Recurring Sports Event. *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), 163-179. <https://doi.org/10.1080/14775085.2010.498261>
- Kenelly, M. (2017). "We've never measured it, but it brings in a lot of business": Participatory sport events and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(3), 883-899. <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0541>
- Kim, K. & Jogaratnam, G. (2015). Participant perceptions of a sport event, destination competitiveness, and intended future behavior: The case of Thunder Road Marathon in North Carolina. *Tourism Review International*, 19(3), 133-145. <https://doi.org/10.3727/154427215X14430967453634>
- Malchrowicz-Mosko, E. & Poczta, J. (2018). A Small-Scale Event and a Big Impact – Is This Relationship Possible in the World of Sport? The Meaning of Heritage Sporting Events for Sustainable Development of Tourism – Experiences from Poland. *Sustainability*, 10(11), 4289. <https://doi.org/10.3390/su10114289>
- Milovanovic, I., Alexandris, R., Alexandris, K., Maksimovic, N., Milosevic, Z., & Drid, P. (2021). Destination image, sport event quality, and behavioral intentions: The cases of three World Sambo Championships. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(7), 1150-1169. <https://doi.org/10.1177/1096348019883920>
- Newland, B. & Aicher, T. (2018). Exploring sport participants' event and destination choices. *Journal of Sport & Tourism*, 22(2), 131-149. <https://doi.org/10.1080/14775085.2018.1436464>
- Oliver, R. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Peric, M., Durkin, J., & Vitezic, V. (2018). Active event sport tourism experience: The role of the natural environment, safety and security in event business models. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 13(5), 758 – 772. <https://doi.org/10.2495/SDP-V13-N5-758-772>
- Prayag, G. & Grivel, E. (2018). Antecedents of sport event satisfaction and behavioral intentions: The role of sport identification, motivation, and place dependence. *Event Management*, 22(3), 423-439. <https://doi.org/10.3727/152599518X15254426561211>
- Priporas, C-V., Vassiliadis, C., Stylos, N., & Fotiadis, A. (2018). The effect of sport tourists' travel style, destination and event choices, and motivation on their involvement in small-scale sports events. *Event Management*, 22(5), 754-765. <https://doi.org/10.3727/152599518X15299559637707>
- Sato, S., Gipson, C., Todd, S., & Harada, M. (2017). The relationship between sport tourists' perceived value and destination loyalty: an experience-use history segmentation approach. *Journal of Sport & Tourism*, 22(2), 173-186. <https://doi.org/10.1080/14775085.2017.1348967>
- Tasci, A., Khalilzadeh, J., Pizam, A., & Wang, Y. (2018). Network analysis of the sensory capital of a destination brand. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 112-125. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.11.007>
- Theodorakis, N., Kaplanidou, K., & Karabaxoglou, I. (2015) Effect of Event Service Quality and Satisfaction on Happiness Among Runners of a Recurring Sport Event. *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 37(1), 87-107. <http://dx.doi.org/10.1080/01490400.2014.938846>
- Xiao, Y., Ren, X., Zhang, P., & Kethloafetse, A. (2019). The effect of service quality on foreign participants' satisfaction and behavioral intention with the 2016 Shanghai International Marathon. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21(1), 91-105. <https://doi.org/10.1108/IJMSM-04-2019-0037>
- Yoshida, M. & James, J. (2010). Customer Satisfaction With Games and Service Experiences: Antecedents and Consequences. *Journal of Sport Management*, 24(3), 338-361. <https://doi.org/10.1123/jsm.24.3.338>
- Zarei, A., Holmes, K., & Bin Yusof, A. (2018). Sport event attributes influencing sport tourists' attendance at Sepak Takraw Event. *Event Management*, 22(5), 675-691. <https://doi.org/10.3727/152599518X15299559637626>

**Conflicto de intereses:** las autoridades no han declarado ningún conflicto de intereses.



© Copyright Generalitat de Catalunya (INEFC). Este artículo está disponible en la URL <https://www.revista-apunts.com/es/>. Este trabajo está bajo la licencia Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License. Las imágenes u otro material de terceros en este artículo se incluyen en la licencia Creative Commons del artículo, a menos que se indique lo contrario en la línea de crédito. Si el material no está incluido en la licencia Creative Commons, los usuarios deberán obtener el permiso del titular de la licencia para reproducir el material. Para ver una copia de esta licencia, visite [https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es\\_ES](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es_ES)