

La calidad del servicio y la evaluación parental en organizaciones deportivas juveniles: evidencia estructural mediante SEM

Service quality and parental evaluation in youth sports organizations: structural evidence using SEM

Qualidade do serviço e avaliação parental em organizações desportivas juvenis: evidência estrutural através da Modelação de Equações Estruturais (SEM)

JUAN ALFREDO TUESTA PANDURO, Nebenka Caro Potokar, Marco Antonio Armas
Santamaria

Resumen

Introducción: El estudio abordó la relación entre la calidad del servicio percibida y la evaluación parental en el contexto del fútbol formativo, considerando su relevancia para la gestión del deporte base. Se analizó dicho vínculo desde un enfoque empírico aplicado a una academia deportiva peruana.

Objetivo: El objetivo del estudio fue analizar el efecto de la calidad del servicio percibida sobre la evaluación parental del servicio en una academia de fútbol formativo mediante un modelo de ecuaciones estructurales.

Metodología: Se desarrolló una investigación cuantitativa con diseño no experimental, de corte transversal y modalidad de estudio de caso único. La muestra estuvo conformada por 104 padres de familia de niños inscritos en una academia de fútbol en Perú. Se utilizó un cuestionario estructurado con escala Likert de cinco puntos que midió la calidad del servicio a través de dimensiones tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, así como la evaluación parental, concebida como un constructo de segundo orden integrado por confianza y satisfacción. El análisis se realizó mediante Modelos de Ecuaciones Estructurales utilizando el método de Máxima Verosimilitud.

Resultados: Los resultados evidenciaron adecuados índices de ajuste del modelo propuesto y mostraron que la calidad del servicio ejerció un efecto directo, positivo y estadísticamente significativo sobre la evaluación parental ($\beta = .978$; $p < .001$).

Discusión: Los hallazgos fueron consistentes con investigaciones previas que destacaron el rol determinante de la calidad del servicio en la generación de confianza y satisfacción en contextos deportivos formativos.

Conclusiones: Se concluye que la calidad del servicio constituye el principal determinante estructural de la evaluación parental en academias de fútbol formativo, con implicancias relevantes para la gestión estratégica del deporte base.

Palabras clave: Calidad de los servicios; deporte juvenil; satisfacción; confianza; gestión deportiva;

Abstract

The aim of this study was to analyze the effect of perceived service quality on parental evaluation in a youth football academy through a structural equation modeling approach. A quantitative, non-experimental, cross-sectional case study design was employed. The sample consisted of 104 parents of children enrolled in a football academy in Peru. A structured questionnaire using a five-point Likert scale was administered to assess service quality —operationalized through tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy— and parental evaluation, conceptualized as a second-order construct composed of trust and satisfaction. Data were analyzed using Structural Equation Modeling with Maximum Likelihood estimation. The results indicated adequate model fit indices and confirmed

that service quality exerted a direct, positive, and statistically significant effect on parental evaluation ($\beta = .978$; $p < .001$). These findings highlight service quality as the main structural determinant of parental evaluation in youth football academies and provide empirical evidence relevant for strategic management in grassroots sport contexts.

Keywords: Service quality; youth sport; satisfaction; trust; sport management.

Introducción

La calidad del servicio ha sido reconocida como un constructo central en la gestión organizacional y en el análisis del comportamiento del consumidor. Desde los trabajos fundacionales, se ha conceptualizado como una evaluación global derivada de la comparación entre expectativas previas y el desempeño percibido (Grönroos, 1984; Parasuraman et al., 1985). La evidencia empírica posterior ha demostrado que actúa como antecedente de actitudes y comportamientos, influyendo en la satisfacción, la lealtad y la intención de continuidad (Brady & Cronin, 2001; Cronin & Taylor, 1992; Zeithaml et al., 1990). En contextos contemporáneos, especialmente en servicios deportivos, esta relación se mantiene robusta, evidenciando su capacidad predictiva (Abdhi et al., 2024; Calabuig Moreno et al., 2016; Huang & Kim, 2023; Reyes Robles et al., 2026). Asimismo, estudios recientes resaltan su carácter multidimensional y contextual, requiriendo adaptaciones según el entorno de aplicación (Stavropoulos et al., 2026).

En el ámbito deportivo, la calidad del servicio ha adquirido relevancia debido a la progresiva profesionalización de las organizaciones y a la necesidad de garantizar experiencias integrales para los participantes. Diversos estudios han evidenciado que la percepción de calidad ha estado asociada con evaluaciones positivas del programa deportivo, mayor compromiso organizacional y mayor intención de permanencia (Kim & Trail, 2010; Theodorakis et al., 2013; Yoshida & James, 2011). Investigaciones más recientes han confirmado que la gestión sistemática de la calidad impacta en la reputación institucional y en la fidelización de usuarios en centros deportivos y academias formativas (Göksel et al., 2024; Sadewa et al., 2024; Sousa et al., 2024). Asimismo, se ha señalado que la experiencia deportiva no ha sido evaluada únicamente en función del rendimiento competitivo, sino también en términos de organización, trato interpersonal y entorno físico (Hightower et al., 2002).

En programas deportivos formativos, la percepción de calidad ha tenido implicaciones particularmente sensibles. A diferencia de otros entornos de consumo deportivo, los programas dirigidos a menores han involucrado activamente a los padres como actores clave en la toma de decisiones relacionadas con la inscripción, permanencia y continuidad en la práctica deportiva (Harwood & Knight, 2015; Hellstedt, 1987). La literatura ha indicado que el rol parental ha influido tanto en la experiencia emocional del menor como en la estabilidad institucional de academias y programas formativos (Côté & Hancock, 2016; Imtihanasyah et al., 2024; Knight et al., 2016). Estudios recientes han subrayado que la percepción de competencia organizacional y comunicación efectiva predice mayores niveles de compromiso parental en entornos deportivos juveniles (Knight et al., 2022).

En academias deportivas infantiles, la calidad del servicio ha sido evaluada a partir de dimensiones como tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (Ko & Pastore, 2005; Sevilmiş et al., 2022). Estas dimensiones han trascendido los aspectos técnicos del entrenamiento, incorporando elementos relacionales y comunicativos que han configurado la experiencia integral del servicio. En este marco, la calidad percibida ha sido conceptualizada como antecedente de evaluaciones actitudinales más complejas, particularmente la confianza y la satisfacción (Garbarino & Johnson, 1999; Sirdeshmukh et al., 2002). Investigaciones recientes en gestión deportiva han confirmado que la calidad percibida mantiene un efecto significativo sobre la satisfacción parental y la intención de recomendación, evidenciando su papel central en la consolidación de relaciones duraderas entre organizaciones deportivas y familias (Biscaia et al., 2024; Sousa et al., 2024).

Desde el enfoque del marketing relacional, se ha planteado que la calidad ha fortalecido la confianza organizacional, entendida como la expectativa de comportamiento competente, honesto y consistente por parte de la institución proveedora (Mayer et al., 1995; Morgan & Hunt, 1994). La confianza ha reducido la incertidumbre inherente a la relación de servicio y ha consolidado vínculos duraderos entre usuarios y organizaciones (Chaudhuri & Holbrook, 2001; Munuera-Aleman et al., 2003). En academias

de fútbol formativo, donde los padres han delegado parcialmente la formación y el bienestar de sus hijos, esta dimensión ha adquirido una relevancia estratégica que trasciende la evaluación técnica del servicio.

Paralelamente, la satisfacción ha sido definida como una respuesta evaluativa posterior a la experiencia del servicio (Oliver, 1980; Westbrook & Oliver, 1991). Estudios desarrollados en el ámbito deportivo han confirmado que la satisfacción parental ha estado asociada con la intención de permanencia, la recomendación del programa y el compromiso institucional (Huang & Kim, 2023; Laguna-García et al., 2025; Sousa et al., 2024). Asimismo, investigaciones recientes han señalado que cuando los padres han percibido coherencia entre la calidad del servicio y los valores formativos promovidos por la institución, la evaluación global del programa ha sido más favorable (Imtihansyah et al., 2024).

Desde la perspectiva del intercambio social, las evaluaciones positivas han emergido cuando los usuarios han percibido beneficios superiores a los costos asociados a la relación (Blau, 1986; Cropanzano et al., 2017). En este sentido, la calidad del servicio ha funcionado como un mecanismo generador de valor que ha reforzado la percepción global del programa deportivo y ha fortalecido la evaluación integral realizada por los padres. La evidencia contemporánea en gestión deportiva respalda este enfoque al demostrar que la calidad del servicio y la percepción de profesionalismo organizacional se asocian positivamente con la satisfacción, la confianza y comportamientos futuros favorables, tales como la lealtad y la intención de recomendación en contextos deportivos (Biscaia et al., 2024; García-Pascual et al., 2023; Sousa et al., 2024).

No obstante, pese al desarrollo teórico acumulado, la literatura ha presentado limitaciones relevantes. La mayoría de los estudios se ha centrado en centros fitness, eventos deportivos profesionales o contextos de consumo adulto (Kim & Trail, 2010; Theodorakis et al., 2013). En menor medida se han abordado academias de fútbol formativo, y aún menos se ha integrado la confianza y la satisfacción parental dentro de un constructo global de evaluación del servicio mediante modelos estructurales. Particularmente en contextos latinoamericanos, la evidencia empírica estructural ha sido limitada, lo que ha generado un vacío en la comprensión de cómo la calidad del servicio ha impactado en la evaluación integral realizada por los padres.

En consecuencia, se ha identificado la necesidad de modelar de manera integrada la relación entre calidad percibida y evaluación parental en academias deportivas formativas. La conceptualización de la evaluación parental como constructo jerárquico que integra confianza y satisfacción ha permitido superar aproximaciones fragmentadas y aportar una visión estructural más consistente.

Frente a esta laguna, el presente estudio ha propuesto un modelo estructural en el que la calidad del servicio percibida ha actuado como antecedente directo de la evaluación parental del servicio en una academia de fútbol formativo en un contexto latinoamericano.

Desde una perspectiva de marketing, la calidad del servicio puede entenderse como un atributo clave de la oferta en academias deportivas, mientras que la evaluación parental refleja la respuesta de la demanda en términos de satisfacción, confianza y decisión de permanencia. En este sentido, la relación entre calidad percibida y evaluación parental permite interpretar el comportamiento del consumidor deportivo en un mercado de servicios formativos.

El objetivo general de la investigación es analizar el efecto de la calidad del servicio percibida, como atributo de la oferta, sobre la evaluación parental del servicio, entendida como expresión del comportamiento de la demanda, mediante un modelo de ecuaciones estructurales, se ha planteado la siguiente hipótesis estructural:

H1: La calidad del servicio percibida, como componente de la oferta, influye positiva y significativamente en la evaluación parental del servicio, reflejando el comportamiento de la demanda.

H0: La calidad del servicio percibida, como componente de la oferta, no influye positiva ni significativamente en la evaluación parental del servicio, ni refleja el comportamiento de la demanda.

De esta manera, el estudio ha buscado contribuir al avance del conocimiento en gestión deportiva formativa, aportando evidencia empírica reciente y contextualizada que ha fortalecido la comprensión estructural de las valoraciones parentales en academias de fútbol infantil.

Método

Diseño de la investigación

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y de corte transversal, en el cual las variables fueron observadas en un único momento temporal sin manipulación deliberada por parte de los investigadores. Este tipo de diseño es consistente con lo planteado por (Hair et al., 2019), quienes señalan que los estudios transversales permiten analizar relaciones entre constructos en contextos naturales mediante modelos estadísticos multivariados.

La investigación se enmarcó en un nivel explicativo-predictivo, orientado a evaluar el efecto de la calidad del servicio percibida sobre la evaluación parental del servicio, mediante la estimación de Modelos de Ecuaciones Estructurales (SEM). Este enfoque resulta pertinente, ya que los SEM permiten analizar simultáneamente relaciones causales hipotéticas entre variables latentes, tal como lo sostienen (Hair et al., 2022; Kline, 2016), quienes destacan su utilidad en estudios de comportamiento organizacional y marketing de servicios.

Si bien el diseño no experimental no permite establecer causalidad en sentido estricto, el análisis estructural facilita la contrastación empírica de modelos teóricos previamente fundamentados en la literatura, siguiendo lo indicado por (Bollen, 1989) en el uso de modelos causales con variables latentes.

Asimismo, el estudio se configuró como un caso único instrumental, centrado en una organización deportiva específica. Esta estrategia metodológica se sustenta en el enfoque de estudio de caso propuesto por (Yin, 2018), quien señala que los estudios de caso permiten un análisis profundo y contextualizado de fenómenos contemporáneos dentro de su entorno real, priorizando la generalización analítica sobre la estadística.

Participantes

La población estuvo conformada por 150 padres de familia cuyos hijos se encontraban inscritos y activos en la Academia de Fútbol NICMAS al momento de la recolección de datos. Se invitó a participar a la totalidad de la población mediante convocatoria institucional.

Se obtuvieron inicialmente 119 cuestionarios respondidos. Posteriormente, se realizó un proceso de depuración de la base de datos con el propósito de asegurar su calidad. Se eliminaron registros que presentaban omisiones relevantes, patrones de respuesta inconsistentes o tiempos de respuesta atípicamente bajos. Tras este procedimiento, la muestra final válida estuvo constituida por 104 cuestionarios, lo que representó el 69.3% de la población total (Hair, 2019).

Los padres fueron considerados informantes pertinentes debido a su rol activo en la evaluación del servicio y en la toma de decisiones relacionadas con la inscripción y permanencia de sus hijos en la academia.

Como criterios de inclusión se estableció que los participantes tuvieran al menos un hijo matriculado y activo en la institución al momento de la aplicación del instrumento, y que aceptaran participar voluntariamente. Se excluyeron cuestionarios con omisiones significativas o con evidencias de inconsistencia interna.

La participación fue voluntaria y anónima. Antes de responder el cuestionario, los participantes recibieron información sobre los objetivos del estudio, el carácter confidencial de los datos y su uso exclusivamente académico. No se recopilaban datos personales sensibles ni información directa de los menores. El estudio respetó los principios éticos básicos para investigaciones en ciencias sociales.

En relación con el tamaño muestral, se consideró un nivel de significancia de $\alpha = .05$ y una potencia estadística mínima de .80, parámetros recomendados en investigaciones sociales. Asumiendo un tamaño de efecto medio ($r = .30$), el número mínimo requerido para análisis correlacionales se situó en aproximadamente 84 participantes (Cohen, 1988). La muestra final de 104 casos superó este umbral, lo que garantizó una potencia estadística adecuada y redujo el riesgo de error Tipo II. Asimismo, el tamaño alcanzado resultó apropiado para la estimación de modelos de ecuaciones estructurales con un número moderado de parámetros, cumpliendo criterios mínimos recomendados para análisis multivariados (Hair, 2019).

Instrumento

Se utilizó un cuestionario estructurado compuesto por ítems cerrados medidos mediante una escala tipo Likert de cinco puntos (1 = totalmente en desacuerdo; 5 = totalmente de acuerdo). Esta escala permitió evaluar el grado de acuerdo respecto a afirmaciones relacionadas con la experiencia del servicio deportivo.

El instrumento evaluó dos constructos latentes. El primero correspondió a la calidad del servicio, operacionalizada a través de cinco dimensiones: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Estas dimensiones representaron componentes físicos, organizativos y relacionales del servicio prestado.

El segundo constructo fue la evaluación parental del servicio, conceptualizada como un factor de segundo orden integrado por confianza parental y satisfacción parental, reflejando la valoración global realizada por los padres respecto a la experiencia ofrecida por la academia.

Los ítems fueron adaptados de escalas previamente utilizadas en estudios sobre gestión de servicios y contexto deportivo. Se realizó una adecuación contextual para garantizar pertinencia semántica y claridad en el entorno específico de una academia formativa. La redacción se efectuó en lenguaje comprensible para asegurar adecuada interpretación por parte de los participantes.

La consistencia interna fue evaluada mediante el coeficiente alfa de Cronbach. Adicionalmente, se estimaron el coeficiente omega (ω) y la fiabilidad compuesta (CR) como indicadores complementarios de confiabilidad. La validez convergente fue examinada a través de la varianza media extraída (AVE), siguiendo criterios establecidos para modelos de ecuaciones estructurales.

Procedimiento

En primer lugar, se solicitó autorización formal a la dirección de la academia para la realización del estudio. Una vez obtenida la aprobación institucional, se procedió a la adaptación final del cuestionario al contexto específico del deporte formativo.

El instrumento fue revisado en términos de claridad semántica y adecuación contextual. Posteriormente, se diseñó un formulario virtual para facilitar la recolección de datos.

La aplicación se realizó durante el periodo regular de actividades de la academia. El enlace al cuestionario fue difundido a través del grupo oficial de WhatsApp utilizado para la comunicación con los padres. Antes de completar el instrumento, los participantes leyeron una introducción en la que se explicó el propósito del estudio y se reiteró el carácter voluntario y confidencial de la participación.

La recopilación de datos se llevó a cabo dentro de un periodo previamente establecido. Finalizado el plazo, los datos fueron exportados a un archivo estadístico, revisados para identificar valores atípicos o inconsistencias y posteriormente codificados para su análisis.

Análisis de datos

El análisis estadístico se realizó mediante Modelos de Ecuaciones Estructurales (SEM), utilizando el método de Máxima Verosimilitud (ML) como estimador.

En una primera etapa, se evaluó el modelo de medición mediante Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), examinando cargas factoriales estandarizadas, fiabilidad compuesta y validez convergente.

Posteriormente, se estimó el modelo estructural para analizar el efecto directo de la calidad del servicio sobre la evaluación parental. Se calcularon coeficientes estandarizados, valores z y niveles de significancia estadística.

El ajuste global del modelo se evaluó mediante el estadístico χ^2 , Comparative Fit Index (CFI), Tucker-Lewis Index (TLI), Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) y Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA). Se consideraron como criterios de ajuste adecuado valores de CFI y TLI $\geq .90$ y SRMR $\leq .08$.

Con el fin de examinar la posible presencia de sesgo de método común, se aplicó la prueba de un solo factor de Harman mediante análisis factorial exploratorio sin rotación. Asimismo, se evaluaron indicadores de colinealidad mediante regresión lineal, obteniéndose valores de VIF iguales a 1.00, lo que descartó problemas de redundancia conceptual entre los constructos.

El nivel de significancia adoptado para todas las pruebas fue $p < .05$.

Resultados

Fiabilidad del instrumento

La consistencia interna del instrumento fue evaluada mediante el coeficiente alfa de Cronbach. Se obtuvo una elevada fiabilidad tanto en la escala global ($\alpha = .961$) como en los constructos Calidad del servicio ($\alpha = .924$) y Evaluación parental del servicio ($\alpha = .978$). Todos los coeficientes superaron el criterio mínimo recomendado ($\alpha \geq .70$).

Asimismo, la fiabilidad compuesta (ω) fue superior a .90 en todos los constructos y la varianza media extraída (AVE) superó el valor de .50, evidenciando adecuada validez convergente.

Características sociodemográficas

La muestra estuvo conformada por 104 participantes. Predominaron las madres (64.4%), seguidas de los padres (31.7%). El grupo etario más frecuente fue de 31 a 40 años (48.0%).

Respecto a los niños, el 51.9% tenía entre 9 y 13 años y el 97.1% correspondió al sexo masculino. El 56.7% reportó una permanencia superior a 12 meses en la academia y el 73.0% entrenaba tres veces por semana (Tabla 1).

Tabla 1
Características sociodemográficas de la muestra

Variable	Categoría	n	%
Rol del participante	Madre	67	64.4
	Padre	33	31.7
	Apoderado	4	3.8
Edad del Padre/madre o apoderado	De 18 a 30 años	12	11.5
	De 31 a 40 años	50	48.0
	De 41 a más	42	40.3
Edad del niño	De 4 a 8 años	32	30.7
	De 9 a 13 años	54	51.9
	De 14 a 17 años	18	17.3
Sexo del niño	Femenino	3	2.8
	Masculino	101	97.1
Tiempo en academia	2-3 meses	27	25.9
	4-6 meses	10	9.6
	7-12 meses	8	7.6
	Más de 12 meses	59	56.7
Frecuencia semanal de entrenamiento:	1 día	1	0.9
	2 día	5	4.8
	3 día	76	73.0
	4 días a más	22	21.1

Nota. N = 104. n = frecuencia absoluta; % = porcentaje. Los porcentajes fueron calculados sobre el total de la muestra.

Estadísticos descriptivos

La Calidad del servicio presentó una media de 4.45 (DE = 0.718), mientras que la Evaluación parental alcanzó una media de 4.42 (DE = 0.788), evidenciando valoraciones favorables.

Se observaron valores negativos de asimetría (-2.79 y -2.46, respectivamente), lo que indicó concentración de respuestas en los niveles altos de la escala. La curtosis mostró valores elevados (10.50 y 8.34), reflejando distribuciones leptocúrticas (Tabla 2)

Tabla 2
Estadísticos descriptivos de las variables principales

Estadístico	Calidad total	Evaluación parental
Media	4.45	4.42
Desviación estándar	0.718	0.788
Asimetría	-2.79	-2.46
Error estándar asimetría	0.237	0.237
Curtosis	10.50	8.34
Error estándar curtosis	0.469	0.469

Nota. N = 104

Validación del Modelo de Medición (CFA)

Se realizó un Análisis Factorial Confirmatorio mediante Máxima Verosimilitud. El modelo incluyó dos variables latentes: Calidad del servicio (tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) y Evaluación parental (confianza y satisfacción).

Los índices de ajuste fueron: $\chi^2 = 63.8$; gl = 13; $p < .001$; CFI = .962; TLI = .939; SRMR = .017; RMSEA = .194.

Todas las cargas factoriales fueron significativas ($p < .001$). En Calidad del servicio oscilaron entre .836 y .963. En Evaluación parental fueron .987 (confianza) y .989 (satisfacción).

Validez y fiabilidad de constructos

Los coeficientes α y ω fueron superiores a .90 en todos los constructos. Los valores de AVE superaron .50, confirmando validez convergente (Tabla 3).

Tabla 3

Fiabilidad compuesta y validez convergente de los constructos

Constructo	α (Alfa)	ω (Omega)	AVE
Calidad del servicio	0.979	0.980	0.764
Confianza parental	0.983	0.983	0.922
Satisfacción parental	0.981	0.982	0.915

Nota. α = Alfa de Cronbach; ω = Omega de McDonald; AVE = Varianza media extraída. Valores de AVE superiores a .50 indican adecuada validez convergente.

Validez discriminante

Los valores HTMT oscilaron entre .947 y .993. El coeficiente más elevado se observó entre confianza y satisfacción (.993).

Modelo Estructural

El modelo estructural fue estimado mediante Máxima Verosimilitud ($N = 104$). Se obtuvo convergencia tras 61 iteraciones, lo que indica estabilidad en la estimación de los parámetros.

La Calidad del servicio ejerció un efecto directo positivo y altamente significativo sobre la Evaluación parental del servicio ($\beta = .978$; $z = 14.30$; $p < .001$). Este coeficiente estandarizado evidencia una relación de magnitud muy elevada, lo que sugiere que incrementos en la percepción de calidad se traducen en aumentos sustanciales en la valoración global del servicio por parte de los padres.

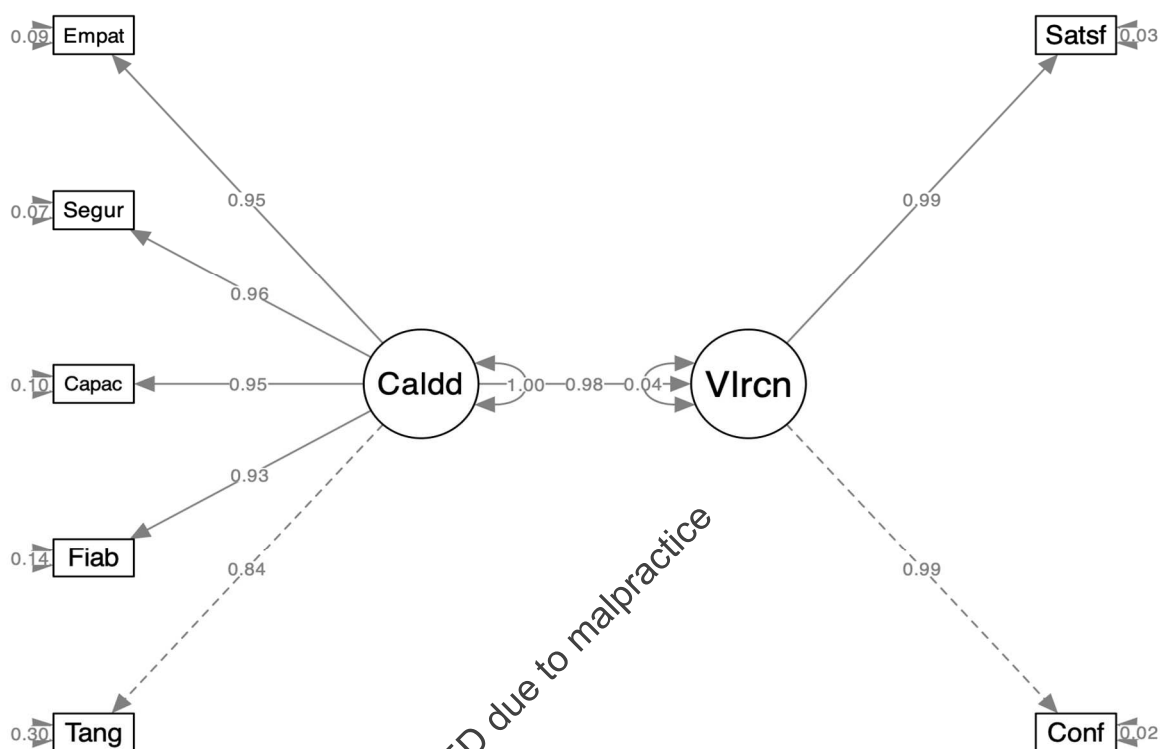
El coeficiente de determinación indicó que la Calidad explicó el 95.4% de la varianza de la Evaluación parental ($R^2 = .954$), lo que refleja un poder explicativo muy alto del modelo estructural.

La Figura X muestra el diagrama de trayectoria estandarizado del modelo. En ella se observa que el constructo Calidad del servicio está conformado por cinco dimensiones de primer orden (Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía), cuyos coeficientes factoriales oscilaron entre .93 y .96, evidenciando cargas elevadas y consistentes. Asimismo, la Evaluación parental se encuentra representada por los indicadores Confianza y Satisfacción, con cargas estandarizadas cercanas a .99, lo que confirma la solidez del constructo.

Los resultados respaldan empíricamente la hipótesis de que la calidad percibida constituye un antecedente determinante de la evaluación parental del servicio.

Figura 1

Modelo estructural estandarizada que muestra el efecto de la Calidad del Servicio sobre la Evaluación parental.



Nota. Coeficientes estandarizados (β). Estimación mediante Máxima Verosimilitud. N = 104. Todos los coeficientes mostrados son significativos a $p < .001$.

Análisis de robustez del modelo

Se estimó un modelo alternativo jerárquico con Evaluación parental como constructo de segundo orden. El ajuste global fue: $\chi^2 = 373$; gl = 87; $p < .001$; CFI = .914; TLI = .896; SRMR = .022; RMSEA = .178.

El efecto estructural se mantuvo significativo ($\beta = .977$; $p < .001$), confirmando la estabilidad del modelo.

Contraste de la hipótesis

El análisis del modelo estructural permitió contrastar la hipótesis planteada. Los resultados evidenciaron que la calidad del servicio percibida ejerció un efecto directo, positivo y estadísticamente significativo sobre la evaluación parental del servicio ($\beta = .978$; $p < .001$). En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación (H_1).

Discusión

El presente estudio analiza el efecto de la calidad del servicio percibida sobre la evaluación parental en una academia de fútbol formativo mediante un modelo de ecuaciones estructurales. Los resultados confirman que la calidad del servicio ejerce un efecto directo, positivo y estadísticamente significativo sobre la evaluación parental ($\beta = .978$; $p < .001$), lo que respalda la hipótesis planteada y posiciona a la calidad como predictor estructural central dentro del modelo estimado. Este hallazgo evidencia que, en el contexto del deporte formativo, la percepción de calidad no constituye únicamente una dimensión operativa del servicio, sino un factor explicativo sustantivo de la valoración global realizada por los padres.

Desde una perspectiva aplicada, los resultados del estudio ofrecen implicancias directas para la gestión de academias deportivas formativas, al permitir comprender cómo la calidad del servicio influye en el comportamiento de los beneficiarios —particularmente los padres— en términos de satisfacción, confianza y decisión de permanencia. Esta evidencia resulta relevante para el diseño de estrategias orientadas a mejorar la experiencia del usuario, optimizar los procesos organizativos y fortalecer la relación entre la academia y las familias. En consecuencia, la gestión de la calidad del servicio se posiciona como un elemento clave para la fidelización de usuarios y la sostenibilidad institucional en el deporte formativo.

Desde una perspectiva teórica, este resultado se alinea con la tradición conceptual iniciada por Grönroos (1984) y Parasuraman et al. (1985), quienes sostienen que la calidad del servicio antecede a evaluaciones actitudinales posteriores. La estructura jerárquica propuesta por Brady y Cronin (2001), que integra dimensiones físicas, interpersonales y organizativas, se corresponde con el modelo utilizado en esta investigación. En coherencia con ello, estudios recientes continúan demostrando que la percepción de calidad actúa como predictor directo de la satisfacción y de evaluaciones globales en servicios deportivos (Calabuig Moreno et al., 2016; García-Pascual et al., 2023). La magnitud del coeficiente estructural encontrado en este estudio refuerza la solidez de esta relación en contextos formativos infantiles.

Un aspecto particularmente relevante es la elevada asociación observada entre confianza y satisfacción, dimensiones que operan como componentes de un constructo de segundo orden denominado evaluación parental. Este resultado sugiere que, en academias deportivas formativas, ambas dimensiones no funcionan de manera independiente, sino como un sistema actitudinal integrado. Esta interpretación es consistente con el enfoque relacional de Garbarino y Johnson (1999), quienes argumentan que en relaciones de servicio continuas la confianza y la satisfacción convergen en evaluaciones globales estables. Investigaciones recientes en gestión deportiva confirman esta integración conceptual, señalando que la confianza media la relación entre calidad y evaluación global del servicio (García-Pascual et al., 2023).

En el ámbito específico del deporte, investigaciones publicadas en *Retos* y en revistas especializadas evidencian que la calidad del servicio influye significativamente en la satisfacción, la lealtad y la intención de permanencia en programas deportivos formativos (Göksel et al., 2024; Sousa et al., 2024). Asimismo, Laguna-García et al. (2025) muestran que la satisfacción parental se asocia con la adherencia de los hijos a la práctica deportiva, lo que refuerza la relevancia estratégica de la evaluación realizada por los padres. En este sentido, los resultados del presente estudio no solo confirman la relación entre calidad y evaluación parental, sino que aportan evidencia estructural robusta en un contexto latinoamericano escasamente explorado.

El elevado coeficiente estructural puede interpretarse también a la luz de la teoría de identidad social organizacional (Ashforth & Mael, 1989), que sostiene que los individuos desarrollan procesos de identificación con organizaciones que perciben como competentes y coherentes con sus valores. En academias deportivas infantiles, los padres no evalúan únicamente el desempeño técnico del entrenamiento, sino la calidad del entorno institucional en términos de seguridad, profesionalismo y desarrollo integral. Cuando la organización proyecta competencia y coherencia formativa, se fortalece la identificación parental y, en consecuencia, la evaluación global resulta más favorable.

Desde el enfoque del marketing relacional, la teoría del compromiso-confianza (Morgan & Hunt, 1994) plantea que la calidad fortalece la confianza organizacional y consolida relaciones duraderas. En el contexto estudiado, la calidad del servicio opera como estímulo primario que reduce la incertidumbre y refuerza la percepción de confiabilidad institucional. Estudios contemporáneos en servicios deportivos respaldan que la confianza actúa como mediador cognitivo clave entre la calidad percibida y las evaluaciones globales de satisfacción y comportamientos futuros (Biscaia et al., 2024; Huang & Kim, 2023; Jeong, 2023). La modelización jerárquica adoptada en esta investigación resulta coherente con esta perspectiva relacional.

Asimismo, la teoría de autorregulación de actitudes y comportamiento (Bagozzi, 1992) permite comprender que la percepción de calidad activa procesos cognitivo-afectivos que culminan en juicios globales consistentes. La calidad percibida funciona como antecedente evaluativo que orienta la formación de actitudes estables hacia la organización. Investigaciones recientes en psicología del deporte respaldan esta idea al evidenciar que la percepción de competencia organizacional predice satisfacción familiar y compromiso parental (Harwood & Knight, 2015; Knight et al., 2022).

Desde la teoría del intercambio social (Blau, 1986; Cropanzano et al., 2017), la evaluación parental puede entenderse como resultado del balance entre beneficios percibidos y expectativas cumplidas. Cuando la academia demuestra profesionalismo, comunicación efectiva y organización estructurada, se incrementa la percepción de valor y se fortalece la evaluación positiva del servicio. Estudios recientes en gestión deportiva confirman que la calidad organizacional y la transparencia comunicativa influyen

significativamente en la valoración global y la lealtad familiar (García-Pascual et al., 2023; Sevilmiş et al., 2022).

Los resultados descriptivos muestran puntuaciones medias elevadas y asimetría negativa pronunciada, lo que indica concentración de respuestas en los niveles superiores de la escala. Este patrón coincide con estudios realizados en contextos deportivos con alto desempeño organizacional, donde se observan efectos techo asociados a percepciones consolidadas de calidad (Calabuig Moreno et al., 2016; Huang & Kim, 2023). No obstante, la adecuada fiabilidad compuesta y la validez convergente respaldan la estabilidad del modelo estimado y la coherencia interna de los constructos.

Desde el punto de vista metodológico, la utilización de modelos de ecuaciones estructurales permite estimar simultáneamente relaciones entre variables latentes y evaluar el ajuste global del modelo, aportando solidez analítica. La estabilidad observada en el modelo alternativo jerárquico refuerza la coherencia estructural de la relación entre calidad y evaluación parental. Aunque el RMSEA presenta un valor elevado, su interpretación debe considerar el bajo número de grados de libertad del modelo, situación que puede generar sobreestimación del error en estructuras simples. La consistencia de los índices incrementales y la significancia de las cargas factoriales sostienen la validez del modelo propuesto.

En términos teóricos, el estudio aporta evidencia empírica que respalda la conceptualización de la evaluación parental como constructo jerárquico integrado por confianza y satisfacción en academias deportivas formativas. Esta aproximación amplía la literatura relacional aplicada al deporte base y fortalece el diálogo entre teorías clásicas de calidad del servicio y enfoques contemporáneos de gestión deportiva. Asimismo, contribuye al campo latinoamericano, donde predominan estudios descriptivos y correlacionales simples, ofreciendo una modelización estructural robusta.

Desde una perspectiva práctica, los hallazgos subrayan la relevancia estratégica de gestionar la calidad del servicio de manera integral. Las dimensiones tangibles (infraestructura y equipamiento), organizativas (planificación y seguridad) e interpersonales (competencia técnica y comunicación con los padres) emergen como factores determinantes en la construcción de evaluaciones positivas. La evidencia reciente indica que la percepción de profesionalismo organizacional fortalece la reputación institucional y consolida la lealtad de los usuarios en contextos deportivos (Biscaia et al., 2024; Calabuig Moreno et al., 2016; Sousa et al., 2024). En consecuencia, la gestión de la calidad se configura como eje estratégico de sostenibilidad para academias formativas.

Entre las limitaciones, el diseño transversal impide establecer relaciones causales definitivas. Si bien el modelo evidencia una asociación estructural robusta, futuras investigaciones pueden emplear diseños longitudinales que permitan analizar la evolución de la evaluación parental a lo largo del tiempo. Asimismo, la muestra se circunscribe a una única academia, lo que limita la generalización estadística de los resultados. Estudios multicéntricos permitirían contrastar la estabilidad del modelo en distintos contextos socioculturales y niveles competitivos.

Adicionalmente, la información se obtiene mediante autoinforme en un único momento temporal, lo que podría generar sesgo de método común. No obstante, la ausencia de colinealidad y la diferenciación factorial observada sugieren que dicho sesgo no compromete sustantivamente las estimaciones. Futuras investigaciones pueden incorporar indicadores objetivos de desempeño organizacional o perspectivas complementarias, como la evaluación de entrenadores y directivos.

La calidad del servicio se configura como el predictor estructural predominante de la evaluación parental en academias deportivas formativas. La integración jerárquica de confianza y satisfacción permite comprender con mayor precisión la configuración de las valoraciones parentales en el deporte base y refuerza la relevancia estratégica de la gestión de la calidad en entornos formativos.

Conclusiones

El presente estudio confirma que la calidad del servicio se configura como el predictor estructural predominante de la evaluación parental en academias de fútbol formativo. Los resultados del modelo de ecuaciones estructurales evidencian que la percepción de calidad presenta una asociación directa, positiva y estadísticamente significativa con la evaluación parental del servicio, lo que respalda la hipótesis planteada y consolida la coherencia del modelo teórico propuesto. En este sentido, la calidad

no se limita a un atributo operativo del servicio, sino que actúa como eje explicativo central de la valoración global realizada por los padres.

La investigación demuestra que la evaluación parental puede conceptualizarse como un constructo jerárquico integrado por confianza y satisfacción. Esta modelización permite comprender con mayor precisión la formación de juicios parentales en contextos deportivos formativos, al reconocer que ambas dimensiones operan de manera interdependiente dentro de una estructura evaluativa global. Esta aproximación aporta claridad conceptual, fortalece la consistencia teórica y ofrece una alternativa analítica más integrada frente a modelos que examinan estos componentes de manera aislada.

Asimismo, los hallazgos indican que las dimensiones funcionales y relacionales de la calidad —tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía— se asocian de manera sustantiva con la valoración que los padres realizan del servicio. En academias deportivas formativas, la calidad trasciende el desempeño técnico del entrenamiento e incorpora aspectos organizativos, comunicativos y de trato interpersonal que inciden directamente en la percepción de confianza y en la satisfacción parental. En consecuencia, la experiencia evaluada por los padres se configura como un proceso integral que combina componentes estructurales y relacionales.

Desde una perspectiva aplicada, los resultados sugieren que la gestión estratégica de la calidad del servicio constituye un factor clave para fortalecer la evaluación parental y contribuir a la sostenibilidad institucional de academias formativas. La evidencia indica que mejoras sistemáticas en la calidad percibida tienden a vincularse con valoraciones globales más favorables, lo que puede influir en la permanencia de los menores en el programa y en la consolidación de relaciones duraderas entre la organización y las familias.

En el plano metodológico, la validación del modelo de medición y del modelo estructural respalda la adecuada operacionalización de los constructos y confirma la pertinencia del uso de modelos de ecuaciones estructurales en investigaciones de gestión deportiva formativa. La modelización jerárquica adoptada ofrece un marco analítico sólido para futuros estudios que busquen comprender las dinámicas evaluativas en el deporte base.

No obstante, el estudio presenta limitaciones asociadas al diseño transversal y al análisis de un único caso organizacional, lo que restringe la generalización estadística de los resultados. Futuras investigaciones pueden ampliar el alcance mediante diseños longitudinales, comparaciones entre distintas academias o análisis multigrupo que examinen posibles diferencias según variables sociodemográficas o niveles de involucramiento parental.

La investigación contribuye al avance del conocimiento en gestión deportiva formativa al proporcionar evidencia estructural sobre la relación entre calidad del servicio y evaluación parental en un contexto latinoamericano escasamente explorado. El modelo propuesto constituye una base analítica consistente para el desarrollo de estrategias orientadas a fortalecer la calidad y optimizar la experiencia global de las familias en academias de fútbol infantil.

Referencias

- Abdhi, M. I., Tomoliyus, T., Sukamti, E. R., Fauzi, F., Prabowo, T. A., Maulana, A., Habibie, M., Amalia, B., & Kasanrawali, A. (2024). The Effect of Service Quality on Achievement Motivation in Kurash Sport in Indonesia: Analysis Based on Category as Moderator. *Retos*, 57, 517-525. <https://doi.org/10.47197/retos.v57.105998>
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *The Academy of Management Review*, 14(1), 20. <https://doi.org/10.2307/258189>
- Bagozzi, R. P. (1992). The Self-Regulation of Attitudes, Intentions, and Behavior. *Social Psychology Quarterly*, 55(2), 178. <https://doi.org/10.2307/2786945>
- Biscaia, R., Ramos, R. F., Yoshida, M., & Kim, Y. (2024). Service Quality in Spectator Sports: A Review and Research Agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 48(6), e13086. <https://doi.org/10.1111/ijcs.13086>
- Blau, P. M. (1986). *Exchange and power in social life*. Transaction Books.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118619179>

- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>
- Calabuig Moreno, F., Prado-Gascó, V., Crespo Hervás, J., Núñez-Pomar, J., & Añó Sanz, V. (2016). Predicting future intentions of basketball spectators using SEM and fsQCA. *Journal of Business Research*, 69(4), 1396-1400. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.114>
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.2.81.18255>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed). L. Erlbaum Associates.
- Côté, J., & Hancock, D. J. (2016). Evidence-based policies for youth sport programmes. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 8(1), 51-65. <https://doi.org/10.1080/19406940.2014.919338>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Cropanzano, R., Anthony, E. L., Daniels, S. R., & Hall, A. V. (2017). Social Exchange Theory: A Critical Review with Theoretical Remedies. *Academy of Management Annals*, 11(1), 479-516. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0099>
- Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships. *Journal of Marketing*, 63(2), 70-87. <https://doi.org/10.1177/002224299906300205>
- García-Pascual, F., Parra-Camacho, D., & Aguado-Berenguer, S. (2023). Effect of service experience, engagement and satisfaction on the future intentions of customers of a sports services. *Heliyon*, 9(7), e17850. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17850>
- Göksel, A. G., Çoban, M., & Akbulut, A. (2024). Spor İşletmelerindeki Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi. *Eurasian Journal of Sport Sciences and Education*, 6(2), 200-223. <https://doi.org/10.47778/ejsse.1518961>
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000004784>
- Hair, J. F. (2019). *Multivariate data analysis* (Eighth edition). Cengage.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (Eighth edition). Cengage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (Third edition). SAGE.
- Harwood, C. G., & Knight, C. J. (2015). Parenting in youth sport: A position paper on parenting expertise. *Psychology of Sport and Exercise*, 16, 24-35. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2014.03.001>
- Hellstedt, J. C. (1987). The Coach / Parent / Athlete Relationship. *The Sport Psychologist*, 1(2), 151-160. <https://doi.org/10.1123/tsp.1.2.151>
- Hightower, R., Brady, M. K., & Baker, T. L. (2002). Investigating the role of the physical environment in hedonic service consumption: An exploratory study of sporting events. *Journal of Business Research*, 55(9), 697-707. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00211-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00211-3)
- Huang, Y., & Kim, D. (2023). How Does Service Quality Improve Consumer Loyalty in Sports Fitness Centers? The Moderating Role of Sport Involvement. *Sustainability*, 15(17), 12840. <https://doi.org/10.3390/su151712840>
- Imtihansyah, R., Tomoliyus, T., Sukamti, E. R., Fauzi, F., Prabowo, T. A., Prayoga, H. D., Fitrianto, A. T., & Amalia, B. (2024). The Impact of Parental Support on Performance Achievement through Achievement Motivation in Elite Athletes in South Kalimantan, Indonesia: A Cross-Sectional Study with Structural Equation Modeling Analysis. *Retos*, 57, 346-354. <https://doi.org/10.47197/retos.v57.105996>
- Jeong, Y. (2023). Exploring Tourist Behavior in Active Sports Tourism: An Analysis of the Mediating Role of Emotions and Moderating Role of Surfing Identification. *Sage Open*, 13(3), 21582440231195486. <https://doi.org/10.1177/21582440231195486>
- Kim, Y. K., & Trail, G. (2010). Constraints and Motivators: A New Model to Explain Sport Consumer Behavior. *Journal of Sport Management*, 24(2), 190-210. <https://doi.org/10.1123/jsm.24.2.190>
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (Fourth edition). The Guilford Press.

- Knight, C. J., Dorsch, T. E., Osai, K. V., Haderlie, K. L., & Sellars, P. A. (2016). Influences on parental involvement in youth sport. *Sport, Exercise, and Performance Psychology*, 5(2), 161-178. <https://doi.org/10.1037/spy0000053>
- Knight, C. J., Elliott, S., Rouquette, O. Y., Maurice, J., & Newport, R. A. (2022). Parental Involvement in Organised Youth Sport. En M. Toms & R. Jeanes, *Routledge Handbook of Coaching Children in Sport* (1.^a ed., pp. 165-174). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003199359-19>
- Ko, Y. J., & Pastore, D. L. (2005). A Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2), 84-97. <https://doi.org/10.1177/106169340501400203>
- Laguna-García, M., Marnique Arribas, J. C., & Palacios Picos, A. (2025). Satisfacción y lealtad de los padres y su relación con la adherencia de los hijos a la práctica deportiva. *Retos*, 71, 746-759. <https://doi.org/10.47197/retos.v71.116536>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709. <https://doi.org/10.2307/258792>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Munuera-Aleman, J. L., Delgado-Ballester, E., & Yague-Guillen, M. J. (2003). Development and Validation of a Brand Trust Scale. *International Journal of Market Research*, 45(1), 1-18. <https://doi.org/10.1177/147078530304500103>
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. <https://doi.org/10.1177/002224278001700405>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Reyes Robles, M., Sánchez Félix, D. A., Duarte Félix, C., & López Esquerra, L. E. (2026). Análisis de la satisfacción: Importancia de usuarios con los servicios deportivos públicos en comunidades rurales. *Retos*, 74, 319-332. <https://doi.org/10.47197/retos.v74.117583>
- Sadewa, Y. R., Sumaryanto, S., & Sumarjo, S. (2024). Marketing strategies to improve service quality at sports and fitness venues: A systematic review. *Retos*, 62, 797-801. <https://doi.org/10.47197/retos.v62.109886>
- Sevilmiş, A., Özdemir, İ., García-Fernández, J., & Zhang, J. J. (2022). Examining the Relationships Among Perceived Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention in Turkish Fitness Centers. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 96(1), 40-54. <https://doi.org/10.2478/pcssr-2022-0018>
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., & Sabol, B. (2002). Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges. *Journal of Marketing*, 66(1), 15-37. <https://doi.org/10.1509/jmkg.66.1.15.18449>
- Sousa, M., Gonçalves, C., Biscaia, R., & Carvalho, M. J. (2024). Service quality, satisfaction and behavioural intentions in sport child camps: Participants and parents' perspectives. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 25(1), 18-41. <https://doi.org/10.1108/IJMSMS-10-2022-0183>
- Stavropoulos, D., Ntoli, A., Stavropoulou, G., Anastasiadis, A., Galazoulas, C., & Lola, A. (2026). Testing the relationship between service quality perceptions and players' satisfaction in the context of 3x3 basketball tournaments in Greece. *Retos*, 78, 181-196. <https://doi.org/10.47197/retos.v78.118321>
- Theodorakis, N. D., Alexandris, K., Tsigilis, N., & Karvounis, S. (2013). Predicting spectators' behavioural intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. *Sport Management Review*, 16(1), 85-96. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2012.05.004>
- Westbrook, R. A., & Oliver, R. L. (1991). The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 18(1), 84. <https://doi.org/10.1086/209243>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (Sixth edition). SAGE.
- Yoshida, M., & James, J. D. (2011). Service quality at sporting events: Is aesthetic quality a missing dimension? *Sport Management Review*, 14(1), 13-24. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2009.06.002>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press [u.a.].

Article RETRACTED due to malpractice