



Universidade de Lisboa  
Faculdade de Motricidade Humana



## **Relatório de Estágio Curricular na Xistarca**

Relatório de Estágio elaborado com vista à obtenção do Grau de Mestre em Gestão do Desporto

Orientadora

Professora Doutora Ana Maria Peixoto Naia

Júri

Presidente

Professora Doutora Ana Maria Silva Santos

Vogais

Professora Doutora Ana Maria Peixoto Naia

Professor Doutor Carlos Jorge Pinheiro Colaço

Daniela Ribeiro Saavedra

2019

## **Agradecimentos**

Concluindo esta etapa da minha formação académica, não posso deixar de agradecer em primeiro lugar à minha família que tornou tudo isto possível apoiando-me sempre nas minhas decisões e ajudando-me imenso neste percurso, sem eles nada disto seria possível.

Às de sempre e, com certeza, para sempre, amigas que me acompanham há longos anos e sempre acreditaram em mim. Daniela, Catarina, Diana e Joana, um suporte afetivo e psicológico enorme com o qual continuarei sempre a contar. Um orgulho.

Ao meu grupo de amigos universitário que é extraordinário e os quais agradeço ter conhecido todos os dias. André, Marta, Rita, Dália, Paulo, Rodrigo, Vasco, Ricardo, Carlos e Miguel uma geração de ouro que no futuro vai dar muitas cartas, que sabe ter ótimas conversas e discussões e onde o Desporto e a Amizade estarão sempre presentes acima de tudo.

Àqueles que conheci na aventura que foi ERASMUS, aventura essa que me deu a conhecer culturas de todo o Mundo e me apresentou o verdadeiro significado de felicidade. Obrigado especialmente a ti Dafne!

Ao Professor António Campos por me acolher na Xistarca e aos meus colegas de trabalho Érica, Carla, Júnior, André e José, pelo apoio e paciência de todos os dias me ensinarem algo. Uma palavra especial ao Miguel Abreu pela confiança, conhecimento transmitido e pelas oportunidades que me proporcionou, como meu metodólogo de Estágio.

Aos professores que durante toda a minha vida me transmitiram conhecimento e ótimas lições de vida e que me incentivaram a seguir aquilo que me fazia feliz.

À Professora Ana Naia pelo especial acompanhamento, orientação, auxílio e preocupação nesta última fase da minha formação académica.

A todos os que de alguma forma contribuíram para aquilo que sou hoje e não mencionei.

Um sincero obrigado!

# Índice

Agradecimentos .....	1
Índice .....	2
Índice de Figuras .....	3
Índice de Tabelas .....	4
Índice de Gráficos.....	4
Resumo .....	5
Abstract.....	6
Introdução.....	7
1. ENQUADRAMENTO DA ENTIDADE .....	10
1.1. Enquadramento jurídico – administrativo.....	10
1.2. Breve História .....	10
1.3. Serviços.....	11
1.4. Atividade Principal .....	11
1.5. Patrocinadores e Parceiros .....	12
1.6. Recursos Humanos .....	13
1.7. Recursos Tecnológicos .....	13
1.7.1. Softwares.....	13
1.7.2. Correio Eletrónico .....	14
1.7.3. Aplicações de Comunicação .....	14
1.7.4. Redes Sociais e Website.....	15
1.8. Recursos Físicos .....	15
1.9. Análise Estratégica .....	16
2. ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL.....	18
2.1. A Indústria do Desporto.....	18
2.2. O Fenómeno da Corrida.....	19
2.2.1. A Corrida de Estrada.....	21
2.2.2. Eventos de Corrida de Estrada .....	23
2.3. Eventos Desportivos .....	27
2.3.1. Gestão de Eventos Desportivos.....	27
2.3.2. Tipologias de Eventos .....	29
2.3.3. Etapas de um Evento .....	30
2.3.4. Operações de um evento desportivo.....	31

2.3.5. Gestão de Recursos Humanos .....	32
2.4. Marketing de Eventos Desportivos .....	33
2.5. A importância do Patrocínio no Desporto .....	34
3. REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO CURRICULAR .....	36
3.1. Caracterização do Estágio .....	36
3.1.1 Condições Gerais do Estágio .....	36
3.1.2 Objetivos do Estágio .....	36
3.2. Metodologia Utilizada na Elaboração do Relatório de Estágio .....	37
3.3. Tarefas de Estágio .....	37
3.3.1. Atendimento ao Público .....	38
3.3.2. Administração das Redes Sociais .....	39
3.3.3. Secretariado .....	42
3.3.3.1. Conceção do Kit Participante .....	43
3.3.3.2. Processamento de Faturação .....	44
3.3.3.3. Nova Lei de Proteção de Dados .....	44
3.4. Colaboração nos Eventos .....	46
3.5. Apoio na Conceção de Material Gráfico .....	46
3.6. Estatísticas .....	47
4. ORGANIZAÇÃO DE UM EVENTO DESPORTIVO .....	54
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	59
ANEXOS .....	63

## Índice de Figuras

Figura 1 - Estrutura da Xistarca .....	13
Figura 2 - Análise SWOT da Xistarca .....	17
Figura 3- Segmentos da Indústria Desportiva .....	18
Figura 4 - Habitações literárias dos praticantes de corrida em Portugal .....	20
Figura 5 - Corridas nos Estados Unidos entre 2012 e 2016 .....	25
Figura 6 - Crescimento da participação em maratonas nos países BRIC .....	25
Figura 7 - Tempo de chegada de atletas masculinos numa corrida de 10km .....	26

Figura 8 - Tempo de chegada de atletas femininos numa corrida de 10km .....	26
Figura 9 - Coordenação de um evento.....	31
Figura 10 - Aumento dos patrocínios desportivos.....	34
Figura 11- Imagem promocional da 2ª Corrida Solidária Hovione.....	93
Figura 12 - Imagem de Feliz Páscoa .....	93
Figura 13 - Imagem da mudança de hora .....	94
Figura 14 - Imagem promocional dos 20km da Marginal e da 79ª Estafeta Cascais- Oeiras-Lisboa.....	94
Figura 15 - Imagem promocional do dia da árvore. ....	95
Figura 16 - Imagem promocional de descontos.....	95

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1 - Tarefas de estágio.....	38
Tabela 2 -Auditoria inicial do RGPD na Xistarca.....	45
Tabela 3 - Implementação do RGPD na Xistarca.....	45
Tabela 4 - Correspondência dos eventos do Gráfico 7.....	49

## **Índice de Gráficos**

Gráfico 1- Público-alvo da página de Facebook da Xistarca .....	40
Gráfico 2 - Evolução do nº de gostos durante o meu período de Estágio .....	41
Gráfico 3- Público-alvo do Instagram da Xistarca (1)	
Gráfico 4 - Público-alvo do Instagram da Xistarca (2) .....	42
Gráfico 5 - Volume mensal de Eventos em 2017.....	48
Gráfico 6 - Distribuição sazonal dos eventos em 2017 .....	48
Gráfico 7 - Evolução do número de participantes nos eventos do primeiro quadrimestre 2017-2018.....	50
Gráfico 8 - Público-alvo dos eventos da Xistarca .....	51
Gráfico 9 – Comparação entre inscritos em equipa ou individualmente.....	52
Gráfico 10 – Top 10 de equipas inscritas na MMD 2018 .....	53

## Resumo

A partir do final da década de 1960 deu-se o chamado “*first running boom*” que levou ao aumento de praticantes de corrida por lazer e, posteriormente ao crescimento dos eventos de corrida de estrada. Assim surge a Xistarca, em 1986, como a primeira empresa portuguesa vocacionada na organização de eventos de corrida.

A minha paixão por eventos desportivos, a dimensão da Xistarca a nível nacional e a vontade de adquirir conhecimento na área da gestão de eventos desportivos são as principais razões que me levam a realizar este estágio. O desenvolvimento das competências de planeamento, organização, marketing e gestão de recursos humanos foram os principais objetivos durante o estágio. As tarefas desempenhadas abrangeram essencialmente o atendimento ao público, a administração de redes sociais, o secretariado e a colaboração em eventos.

Este relatório de estágio foi elaborado com vista à obtenção do grau de mestre em Gestão do Desporto, pela Faculdade de Motricidade Humana e descreve e reflete sobre as atividades desenvolvidas durante três meses na Xistarca.

**PALAVRAS-CHAVE:** Desporto, Gestão do Desporto, Eventos, Eventos Desportivos, Gestão de Eventos, Corrida, Corrida de Estrada, Eventos de Corrida, Xistarca, Estágio

## **Abstract**

Beginning in the late 1960's, the so-called “first running boom” led to an increase in recreational runners and, later, to the growth of road racing events. Thus, in 1986, Xistarca emerged as the first Portuguese company dedicated to the organisation of racing events.

My passion for sport events, Xistarca's national dimension and the desire to acquire knowledge in the area of sport events management are the main reasons that lead me to carry out this internship. Developing skills in planning, organization, marketing, and human resources management were the main objectives during the internship. The tasks performed essentially covered customer service, administration of social networks, administrative support, production and collaboration on the events.

This internship report was prepared as partial requirement to attain the degree of Master in Sports Management from the Human Kinetics University and describes and reflects about these activities developed during three months at Xistarca.

**KEYWORDS:** Sports Management, Events, Sports Events, Events Management, Race, Road Race, Race Events, Xistarca, Internship

## Introdução

O Desporto tem o poder de unir pessoas de todo o mundo que pertencem a diferentes culturas, classes, etnias, religiões e pensamentos políticos e de gerar valores importantíssimos na sociedade, tais como o espírito de equipa, a tolerância e o fair play contribuindo assim para o desenvolvimento pessoal de cada indivíduo.

Com a enorme evolução e projeção do Desporto na sociedade surgem novos problemas e necessidades que não podem ser solucionados com base no senso comum e, por isso, nasce a Gestão do Desporto com o intuito de encontrar soluções e estratégias e de desenvolver profissionais competentes e qualificados na área (Pires & Lopes, 2001) . Uma organização necessita de rotinas e quanto mais melhorar cada processo, melhor preparada estará para idealizar e conceber novos projetos e desafios (Pires & Lopes, 2001).

A Gestão do Desporto, segundo o website da Faculdade de Motricidade Humana (2018), tem como objetivos fornecer conhecimentos resultantes do cruzamento das Ciências do Desporto com as Ciências da Gestão contextualizados com o mundo do desporto, fornecer instrumentos de intervenção na gestão de organismos desportivos, dar resposta às necessidades de intervenção nas políticas públicas a nível local, regional ou nacional, na área da gestão do desporto e controlar os problemas do desenvolvimento aplicados ao mundo do desporto tendo em atenção os possíveis ambientes económicos e sociais.

Como tal, a realização de um estágio curricular revela-se importante no sentido de preparar o estudante para a realidade do mercado de trabalho. Desta forma, surge o meu estágio na Xistarca, uma empresa com grande histórico na área dos eventos desportivos, ligados essencialmente à corrida de estrada.

A Gestão de Eventos apresenta alguns fatores e habilidades críticos de sucesso, tais como elevados níveis de experiência, controlo, avaliação, mas principalmente de planeamento. Os planos mais importantes num grande evento desportivo parecem ser, por ordem decrescente, o plano financeiro, o plano de marketing, o plano técnico, a gestão de multidões, o plano mestre, a gestão de tempo, a gestão de recursos humanos e a gestão de risco (Emery, 2010). Além disso é consensual que skills de coordenação, liderança,

relações interpessoais, administração e marketing são essenciais num gestor de eventos desportivos (Emery, 2010).

Desde 1970 têm vindo a aumentar o número de pessoas que escolhem a corrida de estrada como a principal atividade física praticada, motivados pelo prazer, pelo controlo do stress e pela saúde (Balbinotti, Gonçalves, Klering, Wiethaeuper, & Balbinotti, 2015). Com a evolução da corrida popular, surge a organização de eventos deste âmbito, com um carácter de lazer e abertos a qualquer pessoa que tenha interesse em participar. Neste seguimento, em 1986 surge a Xistarca, com o intuito de ser a primeira empresa portuguesa a organizar eventos de corrida de estrada.

Este documento foi elaborado no âmbito do Estágio Curricular, inserido no plano de estudos do 2º ano do Mestrado de Gestão do Desporto da Faculdade de Motricidade Humana, da Universidade de Lisboa e com o intuito de obter o grau de Mestre. O estágio foi supervisionado pela Professora Doutora Ana Maria Peixoto Naia, da Faculdade de Motricidade Humana, da Universidade de Lisboa e orientado pelo Professor Miguel Abreu, gestor de projetos desportivos da Xistarca e teve como objetivos o desenvolvimento das competências de planeamento, de organização, informáticas, de inovação, de marketing e de gestão de recursos humanos na área dos eventos desportivos.

O presente Relatório de Estágio está dividido em quatro capítulos e inicia-se com uma apresentação detalhada da empresa que acolheu o estágio. Esta caracterização engloba diversos subcapítulos: começa com o enquadramento jurídico-administrativo, onde se encontram descritos os dados de criação da empresa; de seguida, encontra-se uma breve história do nascimento da Xistarca; logo depois são apresentados os serviços que a empresa se propõe a prestar; posteriormente é dada uma breve explicação da principal atividade da empresa; são abordados os patrocínios e as parcerias estratégicas existentes; os três subcapítulos seguintes descrevem os recursos humanos, tecnológicos e físicos da empresa; e, finalmente é realizada uma análise estratégica da organização, através de uma análise SWOT. O segundo capítulo é uma revisão literária dos principais temas ligados às funções exercidas durante o estágio curricular. Nesse capítulo encontram-se opiniões e conceitos dos autores especializados nas diversas temáticas abordadas. A primeira temática é a indústria do desporto; posteriormente, um segundo ponto remete para o fenómeno da corrida, concretamente da corrida de estrada; de seguida, são abordados os eventos desportivos, a gestão dos mesmos, as tipologias e etapas de um evento, assim

como as operações inerentes e a gestão de recursos humanos num evento; finalmente aborda-se o marketing em eventos desportivos e a importância dos patrocinadores nestes. Após a revisão da literatura surge um capítulo que caracteriza o estágio e detalha cada uma das funções exercidas durante o mesmo, nomeadamente o atendimento ao público, a administração de redes sociais, o secretariado, a colaboração nos eventos e o apoio na conceção do material gráfico, assim como a produção de alguns dados estatísticos importantes. Finalmente, é apresentada uma síntese das tarefas associadas à organização de um evento desportivo de corrida de estrada, tentando transmitir um pouco do conhecimento adquirido nesta experiência. Após estes capítulos são apresentadas algumas considerações finais e as fontes bibliográficas utilizadas na realização deste documento que surgem anteriormente aos anexos.

# **1. ENQUADRAMENTO DA ENTIDADE**

## **1.1. Enquadramento jurídico – administrativo**

A empresa Xistarca, Promoções e Publicações Desportivas, Lda. foi fundada em 1986 e constituída como sociedade por quotas e registada na Conservatória do Registo Civil de Lisboa com o nº 67910 e com um capital no valor de 249 398,95€ (duzentos e quarenta e nove mil trezentos e noventa e oito euros e noventa e cinco cêntimos). A sede foi alojada na Rua do Laranjal, na Ajuda, em Lisboa, com o código de postal 1300-011. Mais tarde, em 2017 a sede foi alojada na Calçada da Tapada, nº 71 A, 1349-012, Lisboa.

O atual objeto social da empresa é a promoção e apoio de organizações e competições de âmbito desportivo, comercialização, incluindo a importação e a exportação de produtos de âmbito desportivo e a edição de publicações desportivas e de educação física, ensino e formação desportivos.

O titular Manuel António da Silva Campos porta uma quota de 243 912,17€ e a titular Ângela Viegas Nunes porta outra quota de 5 486,78€, perfazendo o total do capital. A gerência está a cargo de Manuel António da Silva Campos.

A Certidão Permanente encontra-se em anexo para maior detalhe (Anexo 1).

## **1.2. Breve História**

A Xistarca surge em 1986 como uma das primeiras empresas portuguesas com vocação em prestar serviços na área do desporto. O nome Xistarca, apesar de presente nos dicionários é pouco conhecido e para muitos de origem desconhecida. No entanto, a sua origem é histórica, remontando à Grécia Antiga, onde “Xistarcas” eram os instrutores responsáveis pela atividade atlética e gímnica em recintos desportivos habitualmente revestidos de xisto (Xistarca, 2018).

A Xistarca iniciou a sua atividade em 1986 para marcar o regresso da Maratona de Lisboa, que anteriormente era organizada pela Associação de Atletismo de Lisboa (AAL). Esta foi fundada pelo Professor António Campos, o jornalista Ilídio Trindade e António

Fernandes, jornalista e funcionário da AAL (Fernandes, 2013). Desde então, a empresa dedica-se, principalmente, à organização de eventos desportivos de corrida de estrada.

### 1.3. Serviços

A Xistarca (2018) dispõe de uma vasta oferta de serviços desportivos: (1) Eventos chave na mão: esta solução deve-se ao know how adquirido ao longo de 33 anos de existência e à equipa de profissionais altamente qualificados na área de gestão de eventos. A gestão integral de um evento passa por definição dos horários, locais e percurso, encomenda de todos os produtos necessários, divulgação nos diversos meios, gestão de inscrições, emissão e entrega de todos os documentos e licenças necessária para a realização do evento e toda a logística inerente ao evento; (2) Serviço de Cronometragem: vasta experiência em organização de eventos com recurso a cronometragem. Esta tem uma leitura de chips de quase 100% e garantia que o resultado oficial e o resultado de chip são reais; (3) Aluguer de Materiais: desde pórticos metálicos de estrutura Truss aos pórticos insufláveis, a relógios de cronometragem e tendas, existem diversos materiais de vários tamanhos para satisfazer as necessidades do cliente; (4) Recursos Humanos: a Xistarca conta com técnicos e colaboradores formados e com experiência para prestar os mais diversos serviços em eventos desportivos; (5) Consultoria: a empresa dispõe de um leque de colaboradores especialistas nas diferentes áreas de desenvolvimento do desporto, capacitados para efetuar consultoria às mais diferentes entidades, públicas e privadas; (7) Sector Editorial: a Xistarca é responsável pela edição da Revista Atletismo, atualmente apenas online e contando com mais de vinte e oito anos de existência.

### 1.4. Atividade Principal

A Xistarca é uma empresa que tem como atividade principal a organização de eventos de Corrida de Estrada, onde habitualmente existem as vertentes de corrida e caminhada. Além destes são também produzidos outro tipo de eventos, como por exemplo corridas de BTT e dias desportivos.

O serviço prestado pode tratar-se apenas de uma prestação de serviços, por exemplo aluguer de material ou serviço de cronometragem, ou de um evento chave na mão, onde

a empresa é responsável por todo o planeamento e operacionalização do evento e aplica o seu know-how que advém de longos anos de experiência.

Em 2017 a empresa participou na organização de 65 eventos o que significa que, em média, a Xistarca faz parte da organização de um pouco mais que um evento por fim de semana. Com base no ano de 2017 e no primeiro trimestre de 2018, os maiores eventos que a Xistarca organizou foram a Corrida do Sporting, a Meia-Maratona dos Descobrimentos, a Corrida da Defesa Nacional, a Global Energy Race, a Corrida dos Salesianos, a Corrida da Linha Médis, o Grande Prémio do Atlântico, a Estafeta Cascais-Oeiras-Lisboa, juntamente com os 20Km da Marginal e a Corrida Hovione. Além disso são prestados diversos serviços em eventos de enorme dimensão como a EDP Meia-Maratona de Lisboa, a Corrida Sempre Mulher e a Corrida das Fogueiras, em Peniche.

Durante o último ano os serviços prestados em eventos que não se tratam de corridas de estrada têm aumentado consideravelmente. Alguns exemplos são a Wine Bike Tour, na Quinta do Gradil, uma etapa do Campeonato do Mundo Sub-19 de Pentatlo, nas Caldas da Rainha, o Trail de Pampilhosa da Serra e os Jogos Nacionais das Forças Armadas.

## 1.5. Patrocinadores e Parceiros

Nos eventos chave na mão, a Xistarca conta com parceiros base que são essenciais para que os processos logísticos se tornem mecanizados e eficazes. Estes parceiros são: a Vimeiro, marca que fornece a água a todos os participantes e staff na maioria dos eventos realizados; a Revista Atletismo, o media partner mais importante, sendo que divulga o calendário completo de corridas da Xistarca; o CEFAD – Formação Profissional, que está presente em muitos dos eventos com o intuito de oferecer mensagens desportivas aos atletas; a PROZIS, sendo o site atual que atua como plataforma de inscrições; e, finalmente, “A MINHA CORRIDA”, um portal dedicado exclusivamente à corrida, onde são divulgadas todos os eventos.

Além destes existem também patrocinadores e parceiros estratégicos para determinados eventos, como por exemplo a Seaside, a Shoyce, a Fruut, o Metropolitano de Lisboa, a CP – Comboios de Portugal, Câmaras Municipais, Juntas de Freguesia, etc.

## 1.6. Recursos Humanos

A empresa é constituída por oito pessoas (Figura 1), as quais preenchem cargos nas seguintes áreas: direção, gestão de projetos, administração, design e comunicação, cronometragem e recursos materiais. No entanto existem tarefas comuns que podem ser executadas por pessoas das diferentes áreas, tal como são os casos da preparação dos kits de participante e entrega dos mesmos nos dias anteriores aos eventos ou, por exemplo, tarefas de montagem pré e pós eventos.

Além dos trabalhadores a tempo inteiro existem também os colaboradores que, tal como o nome indica, apenas colaboram em dias de evento ou, no dia anterior, excepcionalmente em grandes eventos que exigem maior logística que o habitual.

**Figura 1 - Estrutura da Xistarca.**



## 1.7. Recursos Tecnológicos

### 1.7.1. Softwares

São vários os softwares usados pelos funcionários para realizarem as suas funções, especialmente na área da cronometragem onde são usados o Vidya, o Tag Listener, o Cronus e o Tag Associator. É através destes programas que se realiza toda a cronometragem de um evento de corrida que a empresa produza, sendo que o Vidya é o software com a base de dados de inscritos, o Tag Associator é onde se codificam os chips, o Tag Listener é o programa que faz as leituras dos chips na meta, chegada e controlos da corrida e o Cronus é onde se cruzam as informações da base de dados com as leituras de chips, onde posteriormente são gerados os resultados e classificações.

Além destes são usados os vários softwares do Microsoft Office, nomeadamente o Excel, o Word e o Access, para as tarefas básicas de trabalho e de produção de dorsais.

### **1.7.2. Correio Eletrónico**

O Outlook é a principal ferramenta de correio eletrónico na empresa, sendo usada para ler todos os emails recebidos na conta geral de informações e de inscrições. No entanto cada funcionário acede ao seu email pessoal através do Gmail, que neste momento desempenha quase as mesmas funções que o Outlook.

No entanto este último apresenta algumas vantagens, tais como uma interface mais simples e descomplicada, o acesso offline aos e-mails já recebidos, as múltiplas formas de organizar a caixa de entrada e a possibilidade de agendar reuniões numa agenda eletrónica, onde sabemos facilmente a disponibilidade de horário e as reuniões já marcadas.

### **1.7.3. Aplicações de Comunicação**

Atualmente são imensas as formas de comunicar via internet, cada uma com os seus pontos negativos e positivos, mas constantemente a evoluir. Tendo a Xistarca um pequeno número de funcionários e sendo que estes trabalham juntos num espaço aberto, com exceção do gerente e do diretor de projetos, a comunicação é habitualmente feita de forma verbal. No entanto é usado o WhatsApp como ferramenta de comunicação informal, em momentos em que os funcionários não se encontrem juntos ou que estejam fora do horário laboral. Com esta ferramenta, simples e de fácil acesso, consegue-se receber, em tempo real, alertas de alguém que tenta comunicar e imediatamente pode ser resolvido um problema. Também o correio eletrónico é usado esporadicamente para assuntos que devam ficar registados de alguma forma ou para questões mais formais.

Apesar de raramente, também o Skype já foi utilizado para comunicar por videochamada e realizar reuniões virtuais com parceiros, clientes e fornecedores ou prestadores de serviços.

#### **1.7.4. Redes Sociais e Website**

A Xistarca usa essencialmente três redes sociais, sendo elas o Facebook, o Youtube e o Instagram. O Facebook é onde há um maior investimento, sendo a rede social usada há mais tempo (desde 2011). A página da Xistarca antiga contava com 18 000 gostos, mas, devido a problemas internos, esta teve que ser substituída em 2017 por uma outra, que conta, neste momento, com pouco mais de 7000 gostos. Nesta página são realizadas publicações, pelo menos uma vez por dia, onde é feita a promoção de todos os eventos e onde muitas vezes as publicações são informativas, por exemplo, são publicados os horários de entrega do kit participante ou o percurso de uma corrida que se aproxima. As fotografias do evento são também colocadas no Facebook, fato que aumenta notoriamente a interatividade da página. Além da página da Xistarca são criadas páginas próprias de determinados eventos que assim o justifiquem, como é o caso da Corrida do Sporting, por exemplo. O Instagram é apenas utilizado desde o início de 2018, contando com cerca de 2200 seguidores. Neste pretende-se criar uma relação mais próxima com o cliente, sendo que a maioria dos seguidores são caras conhecidas dos eventos Xistarca. Finalmente, o Youtube é usado essencialmente para colocar os vídeos das chegadas dos atletas em todas as provas que realizamos, ou seja, se um atleta quiser confirmar o seu tempo de chegada num dos nossos eventos poderá fazê-lo através destes vídeos. Esporadicamente é também usado para colocar vídeos de promoção dos eventos.

O Website da empresa é o culminar de todos os eventos organizados, onde se encontra toda a informação detalhada de cada um deles, assim como o regulamento da prova, e através do qual se chega à plataforma de inscrições. Além disso, os atletas têm a possibilidade de consultar a sua classificação na prova e de descarregar o respetivo diploma.

#### **1.8. Recursos Físicos**

A sede da Xistarca localiza-se em Alcântara e existe também um armazém onde está guardado todo o material inerente aos eventos que se localiza em Queluz de Baixo.

A Xistarca localiza-se na Calçada da Tapada, 71 A, na freguesia de Alcântara, em Lisboa, com o código postal 1349-012. Para chegar à morada as principais vias de comunicação

viárias são a Estrada do Alvito (liga Monsanto a Alcântara), a Avenida de Ceuta (liga Campolide a Alcântara), a Ponte 25 de Abril (liga a Margem Sul a Alcântara), a Rua da Junqueira (liga Belém a Alcântara) e a Avenida da Índia (liga a Avenida Marginal a Alcântara). Em relação a transportes públicos é possível chegar de autocarro, comboio ou elétrico. De autocarro pode-se optar por um vasto leque de autocarros da Carris: 724, 760, 720, 742, 714, 727, 732, 751, e 756. De elétrico o 18E passa mesmo à porta e o 15E para no Calvário, tal como a maior parte dos autocarros, depois são apenas 10min a andar. Finalmente de comboio pode-se sair na estação Alcântara-Mar, na Linha de Cascais, e caminhar 20min até ao local ou na estação de Alcântara-Terra (liga as Linhas da Azambuja e de Sintra a Alcântara) e caminhar apenas 10min.

O horário de funcionamento é entre as 09h30 e as 18h30 de segunda-feira a sexta-feira, com hora de almoço entre as 13h00 e as 14h00 e os contactos disponíveis são telefone (213 616 160) e correio eletrónico (geral@xistarca.pt).

Na sede da empresa além do balcão de atendimento ao público existem três escritórios, uma sala de reuniões, um refeitório, uma sala onde são produzidos e trabalhados alguns materiais tais como chips, flyers e dorsais, dois pequenos armazéns onde estão arquivos e material de cronometragem e as casas de banho.

No armazém principal, em Queluz de Baixo, e acesso através da estrada IC 19, encontra-se todo o tipo de material, desde peças para pórticos, a lonas, geradores, mesas, cadeiras, placas informativas, tendas, marquesas de massagem, estrutura de palco, insufláveis, pódios, paletes de água, etc.

## 1.9. Análise Estratégica

A análise SWOT é uma estrutura que serve para apresentar a síntese do diagnóstico estratégico de uma organização. Resumidamente é uma visão global das forças e fraquezas da organização, enquadradas nas oportunidades e nas ameaças ao seu desenvolvimento. Esta análise promove um conhecimento mais aprofundado da realidade da empresa. Nesta lógica, é desenvolvida uma matriz SWOT para a Xistarca, Promoções e Publicações Desportivas, Lda. A Figura 2 representa esquematicamente esta análise.

**Figura 2 - Análise SWOT da Xistarca**

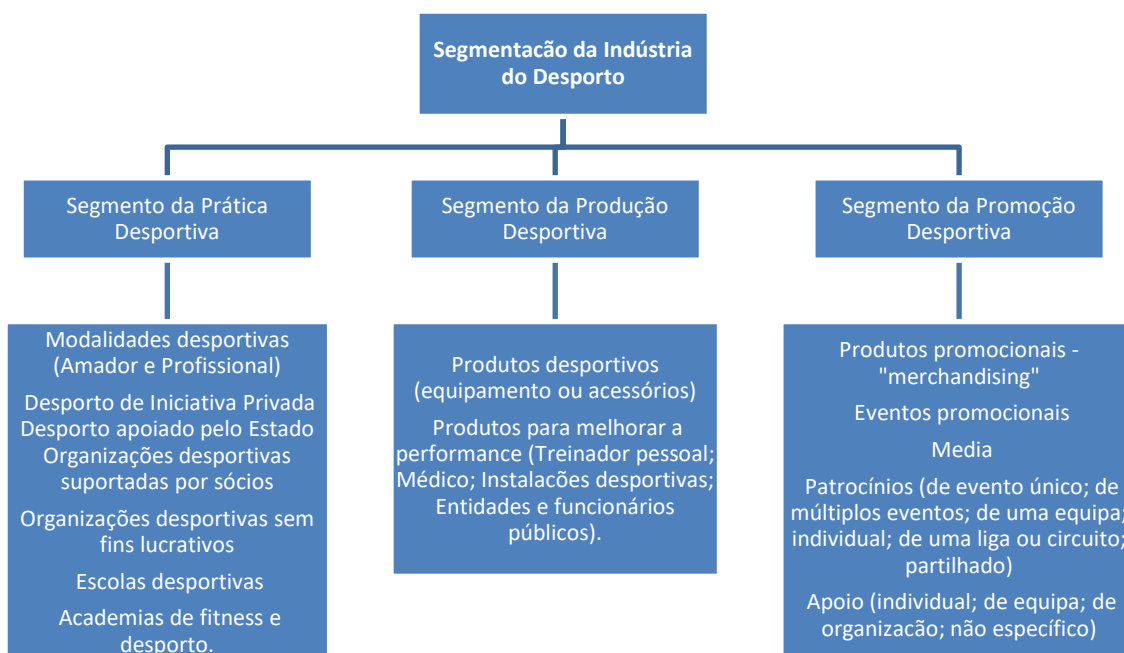
<b>Forças</b>	<b>Fraquezas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Know how devido à vasta experiência;</li> <li>• Grande rede de contactos dentro das áreas do Atletismo e dos eventos desportivos;</li> <li>• Carteira de clientes vasta e com empresas bastante reconhecidas tanto a nível nacional, como internacional;</li> <li>• Recursos materiais suficientes para assegurar mais do que um evento por completo;</li> <li>• Consumidores que têm como hábito participar em todos os eventos Xistarca;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de investimento na área do Marketing;</li> <li>• Quadro de pessoal limitado face às necessidades da empresa;               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de inovação;</li> </ul> </li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fenómeno da corrida de lazer e dos grupos de corrida</li> <li>• Prática de atividade física altamente recomendada por motivos de saúde;</li> <li>• Aumento do turismo na cidade de Lisboa;</li> <li>• Aumento do turismo desportivo;</li> <li>• Abertura aos mercados estrangeiros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento do número de eventos desportivos semelhantes na zona de Lisboa;</li> <li>• Aumento de empresas que prestam o mesmo tipo de serviços;               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargos financeiros cada vez maiores (policiamento; apoio médico; licenças; etc.)</li> </ul> </li> </ul>

## 2. ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL

### 2.1. A Indústria do Desporto

A indústria do desporto é um mercado no qual os produtos oferecidos aos consumidores estão relacionados com desporto, fitness, recreação ou lazer e onde estes podem ser atividades, bens, serviços, pessoas, lugares ou ideias (Pitts & Stotlar, 2002). Estes autores apresentam um modelo de segmentação da indústria do Desporto apresentado na seguinte imagem, onde os eventos desportivos se integram no segmento da Promoção Desportiva (Figura 3).

**Figura 3- Segmentos da Indústria Desportiva**



*Nota.* Modelo de segmentos da indústria Desportiva. Adaptado de "Industry segmentation theory and the sport industry: Developing a sport industry segment model" de B. Pitts, L. Fielding e L. Miller, 1994, Sport Marketing Quarterly, 3, p. 18.

Este é um mercado que tem vindo a crescer e Pitts e Stotlar (2002) apontam alguns fatores explicativos do crescimento da indústria desportiva: (1) aumento no número de novas e diferentes atividades desportivas, de fitness e recreativas; (2) aumento da oferta desportiva; (3) aumento do número de revistas desportivas e especializadas; (4) aumento do tempo de lazer; (5) aumento da exposição desportiva na media; (6) a explosão do fitness; (7) aumento no número e tipos de instalações e eventos desportivos, assim como

da participação nestes mesmos; (8) expansão dos bens e serviços desportivos para a variedade de segmentos no mercado; (9) profissionalização de atividades desportivas, de fitness e recreativas; (10) instalações desportivas polivalentes; (11) aumento do Desporto direcionado para os vários tipos de população; (12) aumento dos patrocínios e de fundos investidos na indústria desportiva; (13) aumento dos apoios e parcerias; (14) aumento da educação desportiva; (15) aumento dos lucros; (16) aumento da tecnologia desportiva; (17) destaque do Desporto como um produto; (18) aumento do marketing desportivo; (19) aumento da competência na administração desportiva; (20) globalização e a indústria do desporto.

O conjunto dos fatores referidos anteriormente gerou um crescimento constante tanto na organização de eventos desportivos, como na participação dos mesmos e no dinheiro envolvido neste meio. Também devido a isso, cidades de todo o Mundo investiram em instalações desportivas cuja principal responsabilidade é a atração de eventos desportivos (Pitts & Stotlar, 2002).

De forma a tornar os eventos mais atrativos estes são feitos para atrair diferentes tipos de consumidores, tal como é o exemplo de um evento da Xistarca que normalmente tem a Corrida de Estrada de entre 6km a 21km, mas também a Caminhada que varia entre 3km e 6km para pessoas que preferem caminhar, para famílias poderem ir com crianças, para pessoas idosas que já não se sentem capazes de correr ou mesmo para pessoas que ainda têm dificuldades em correr e estão num processo evolutivo para que um dia possam fazê-lo.

## 2.2. O Fenómeno da Corrida

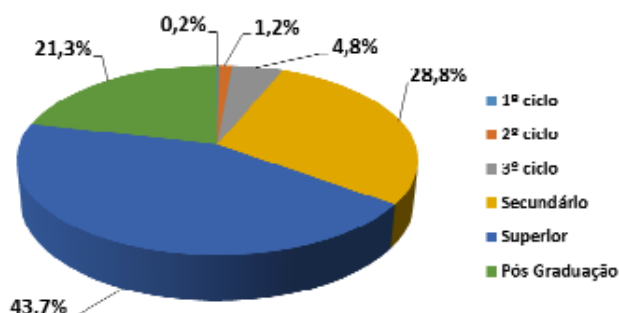
A origem da corrida está maioritariamente, senão unicamente, ligada à prática competitiva através de clubes de atletismo ou de clubes escolares e universitários, no entanto, nos dias de hoje esta atividade tornou-se recreativa e de lazer sendo praticada por milhões de pessoas em todo o mundo pelos mais diversos motivos (Scheerder, Breedveld, & Borgers, 2015). Assim ocorreu uma transformação do panorama em que existiam competições com poucos atletas de alto nível para a atualidade em que existem imensas organizações de corridas que atraem enormes massas de corredores por lazer.

A partir do final da década de 1960, a corrida tornou-se uma atividade desportiva menos estruturada, competitiva e burocratizada e mais independente dos clubes resultando no chamado “*first running boom*” que levou ao aumento de corredores por lazer (Scheerder et al., 2015).

As principais razões que levam uma pessoa a começar a correr parecem ser ficar em forma, correr por prazer, perder peso, manter a aptidão e um passado positivo ligado à modalidade, enquanto as principais razões para se continuar a correr são manter a aptidão, correr por prazer, competitividade, controlo do peso e a pessoa sentir-se melhor (Carmack & Martens, 1979). Em Portugal, a corrida é o quarto desporto mais praticado e as quatro maiores motivações para que isso aconteça são semelhantes às anteriormente referidas: bem-estar, saúde, manter a forma e combater o stress (Ferreira, 2014).

Num estudo sobre a prevalência e as características sociodemográficas dos praticantes de corrida em Portugal estimou-se uma prevalência de 8,5% de indivíduos praticantes de corrida (Santos, 2017). Segundo Ferreira (2014) cerca de 38,8% dos praticantes de corrida são do escalão entre os 35 e 44 anos e 32,8% entre os 25 e 34 anos. Outro dado interessante é o facto do escalão mensal de rendimentos mais representado entre os praticantes de corrida ser entre 1500 e 3000 euros e de seguida entre 1001 e 1500 euros (Ferreira, 2014). Além disso 43,7% dos inquiridos mostraram ter um grau de ensino superior equivalente a bacharelato ou licenciatura e 21,3% uma pós-graduação.

**Figura 4 - Habitações literárias dos praticantes de corrida em Portugal**



*Nota.* Habilitações literárias dos praticantes de corrida em Portugal. Fonte: Retirado de “Prática de corrida em Portugal” de M. Ferreira, 2014, VI Congresso Internacional de Corrida 2015.

Santos (2017) concluiu que, em Portugal, tal como em muitos outros países do mundo, tais como Bélgica, Dinamarca, Inglaterra, Finlândia, Alemanha e Holanda, a corrida está a crescer e a impor-se como atividade física escolhida pela população.

### **2.2.1. A Corrida de Estrada**

As instituições responsáveis pelas Corridas de Estrada a nível internacional são a Associação Internacional de Federações de Atletismo (IAAF) e a Associação Europeia de Atletismo (EA), que representam o atletismo internacional, e a Associação Internacional de Maratonas e Corridas de Estrada (AIMS), que trabalha conjuntamente com a IAAF dedicando-se à Corrida de Estrada. A nível nacional a Federação Portuguesa de Atletismo (FPA) é o órgão máximo que representa o atletismo nacional e existem as Associações Regionais, como é o exemplo da Associação de Atletismo de Lisboa (AAL).

As distâncias padrão das Corridas de Estrada são de 5km, 10km, 15km, 20km, Meia-Maratona, 25km, 30km, Maratona (42,195km), 100km e Estafeta em Estrada (IAAF, 2017). Estas são disputadas em estradas e podem também acontecer em ciclovias ou zona de peões se o tráfego assim o justificar, mas nunca sobre terreno macio, como por exemplo relva ou areia (IAAF, 2017).

Uma corrida pode ser certificada com o selo de corrida de estrada da IAAF. Este selo certifica a qualidade da organização, a conformidade com as regras de competição da IAAF e a aceitação das políticas antidoping da IAAF (IAAF, 2018). As corridas com este selo ganham bastante relevância e destaque não só porque são consideradas internacionais, mas também devido à reputação deste selo. Para que isto aconteça a organização tem que seguir as normas à risca e cumprir inúmeras regras, sendo o selo válido apenas para uma edição. Outro pormenor é que este rótulo apenas é atribuído a uma corrida e não ao evento no geral com várias provas.

Apenas é possível a candidatura, se for uma corrida de 10km, uma meia-maratona, uma maratona ou então uma corrida clássica. E o rótulo pode ser dourado, de prata ou de bronze consoante as condições apresentadas. Algumas das regras para obter esta certificação são: ter um grupo de Elite com um mínimo de 6 homens e 6 mulheres com um estatuto relevante, representando um mínimo de nacionalidades diferentes; serviços

médicos proporcionais ao número de participantes; testes realizados de acordo com os Regulamentos Anti-Doping da IAAF; Kits de corrida dos atletas com o Regulamento de Publicidade da IAAF; dorsais personalizados com nome ou sobrenome para os atletas de elite; abastecimentos personalizados para os atletas de elite; todo o percurso deve ser fechado ao tráfego de veículos, com a exclusão de veículos oficiais; o Árbitro Chefe, ou pessoa designada, deve seguir de perto os primeiros atletas numa moto ou bicicleta; os pacers são autorizados e devem ser identificáveis através de um uniforme ou do dorsal; os abastecimentos devem ser adequadas e com pessoal competente; as corridas devem fornecer cronometragem totalmente eletrónica para todos os finalistas; a organização deve assinar uma apólice de seguro de responsabilidade civil apropriada para cobrir os riscos pelos quais a organização de corrida pode ser responsabilizada, incluindo qualquer acidente que possa ocorrer a atletas e colaboradores; devem ser fornecidos serviços de media adequados; cobertura televisiva dependente do tipo de rótulo; mínimo de produção de duas placas ou faixas) da IAAF na meta ou exibição do logo da IAAF Road Race Label no pórtico da meta (IAAF, 2018).

Também a Associação Europeia de Atletismo (EA) tem um projeto denominado “Running for all” que atribui a diversos eventos de corrida selos de qualidade que variam entre uma, três ou cinco estrelas consoante os diversos critérios que constam no regulamento próprio e o cumprimento dos mesmos:

“1 estrela - a corrida cumpre os requisitos mínimos de segurança pessoal e material dos atletas. Indicado para uma corrida com um pequeno número de participantes; 3 estrelas - a corrida garante um bom nível de segurança pessoal e material e disponibiliza serviços com um nível de qualidade satisfatório. Indicado para uma corrida com um grande número de participantes; 5 estrelas - a corrida garante um nível elevado de segurança pessoal e patrimonial e serviços de alta qualidade. Indicado para uma corrida com um número significativo de participantes”. (European Athletics, 2015, “Apresentação dos Padrões”)

A Meia Maratona dos Descobrimentos, organizada pela Xistarca é um dos eventos portugueses que tem este selo de qualidade, contando com o selo máximo de cinco estrelas. O objetivo da instituição é que os padrões sirvam para confirmar e manter os requisitos esperados e que este título possa incentivar parcerias positivas e relacionamentos entre todos os envolvidos, tais como os praticantes, os clubes, a

organização, as federações nacionais de atletismo, as autoridades locais e os media (European Athletics, 2015).

### **2.2.2. Eventos de Corrida de Estrada**

A Xistarca organiza maioritariamente eventos de corridas de estrada com a distância de dez quilómetros, sendo estas umas das mais populares, mesmo nos Jogos Olímpicos (Cushman, Markert, & Rho, 2014). Por exemplo, nos Estados Unidos, em 2011, duas das três maiores corridas de estrada foram dessa mesma distância e em 2010 foram cerca de 1,3 milhões os participantes chegados em provas de 10Km, em comparação com 507 000 chegados em maratonas (Cushman et al., 2014).

As corridas de estrada têm apresentado um crescimento tanto quanto ao número de provas, como quanto ao número de participantes, devido a factores como passar a ser permitida a participação de atletas amadores, ser facilmente acessível a todos, não exigir muitas despesas para o atleta e para os organizadores e ser uma atividade física popular que serve também de lazer (Rojo, 2014; Salgado & Chacon-Mikahil, 2006).

Vários autores apontam também um crescimento considerável da participação em Maratonas nas últimas duas décadas, um ótimo exemplo disso é o fato de em 1980 cerca de 120 000 pessoas terem participado em maratonas nos Estados Unidos e em 2003 este número mais que triplicou com uma estimativa de 400 000 participantes (Axelsen & Robinson, 2009). Outro exemplo é também a Maratona de Lisboa, criada pela Xistarca em 1986, que contou com 153 chegados na 1ª edição (Fernandes, 2013) e que em 2017, organizada pelo Maratona Clube de Portugal, contou com cerca de 4700 atletas (Lima, 2017).

Segundo Shipway (2012), os eventos de corrida são experiências autênticas e “extraordinárias” e ao contrário da maioria dos eventos desportivos, um amador pode correr juntamente a atletas internacionais, o que ajuda a melhorar a experiência do evento para os participantes. Não só por isso, mas também por todo o show off ao redor do evento, com a televisão a gravar os eventos e público a assistir, sentindo-se os participantes como estrelas e com grande adrenalina. Estes eventos acabam por ser um local de interação social, onde se compartilham e vivem experiências que podem ser

positivas e negativas, no entanto a “euforia” e o “orgulho” parecem ser os sentimentos mais mencionados pelos corredores, pois obter bons resultados significa para muitos ganhar reconhecimento e respeito das pessoas com quem treinam semanalmente (Shipway, 2012).

Os eventos de Corrida de Estrada parecem ter significância a nível económico, exemplo disso são o conjunto de provas que formam o World Marathon Majors (WMM), as Maratonas de Tóquio, Boston, Londres, Berlim, Chicago e Nova Iorque, que geram um impacto económico acima dos 400 milhões de dólares por ano (Rojo, Starepravo, Mezzadri, & Silva, 2017).

O contexto das corridas de estrada tem alterado nos últimos anos observando-se três fenómenos (Oliveira, 2010): (1) alteração do perfil do participante, alterando-se as percentagens de participação em categorias como o género, a faixa etária, a classe social e o nível da performance; (2) existência de novos modelos de corrida para além das corridas de estrada convencionais, como por exemplo a “Color Run”; (3) surgimento de grupos de corrida, onde se juntam, por exemplo, amigos que correm de forma recreativa, ex-atletas e pessoas que querem e/ou necessitam de praticar atividade física por diversas questões. Os novos modelos de corrida estão associados a um público-alvo com maior poder económico, sendo normalmente os preços de inscrição mais elevados e merecendo o evento uma maior produção. Enquanto as tradicionais corridas de estrada estão maioritariamente associadas a classes sociais mais baixas, mas mais e melhores atletas de elite.

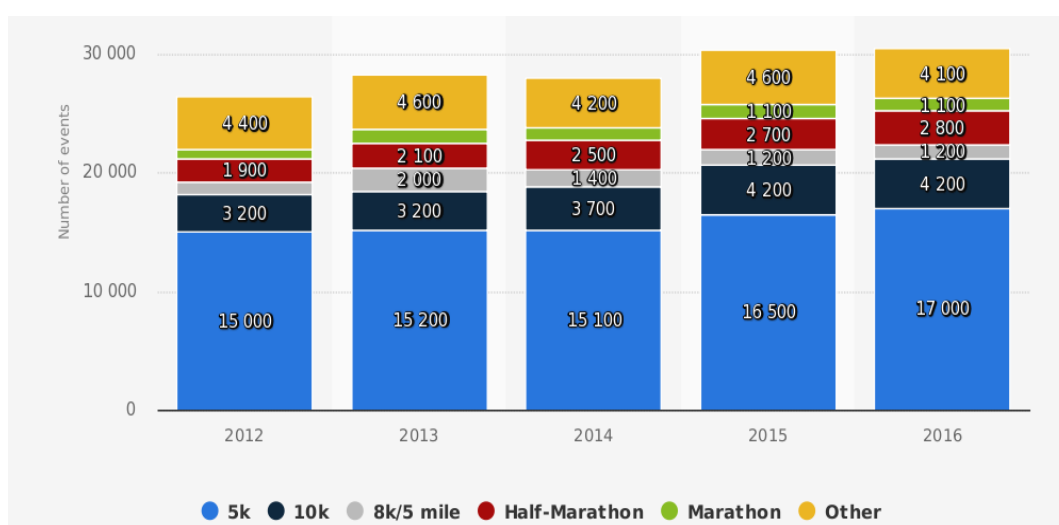
Anteriormente muitos dos participantes, por pertencerem a clubes de atletismo, não pagavam qualquer taxa de participação, enquanto agora essa é uma situação rara existindo sempre um custo associado (Oliveira, 2010). Hoje em dia observa-se também uma maior participação por parte de classes de nível mais elevado (Oliveira, 2010).

Todos estes fatores ajudam a dar visibilidade aos eventos e a torná-los mais atrativos, sendo que hoje em dia não se necessita de ser um atleta de elite para competir em grandes eventos de corrida de estrada, algo que no passado não acontecia mantendo-se os atletas amadores no anonimato. Eventos desportivos de média e pequena dimensão têm despertado a atenção de empresas, cidades e da comunicação social. Por exemplo, em

2010, na Alemanha foram promovidas mais de 180 Maratonas (Wicker, Hallmann, & Zhang, 2012).

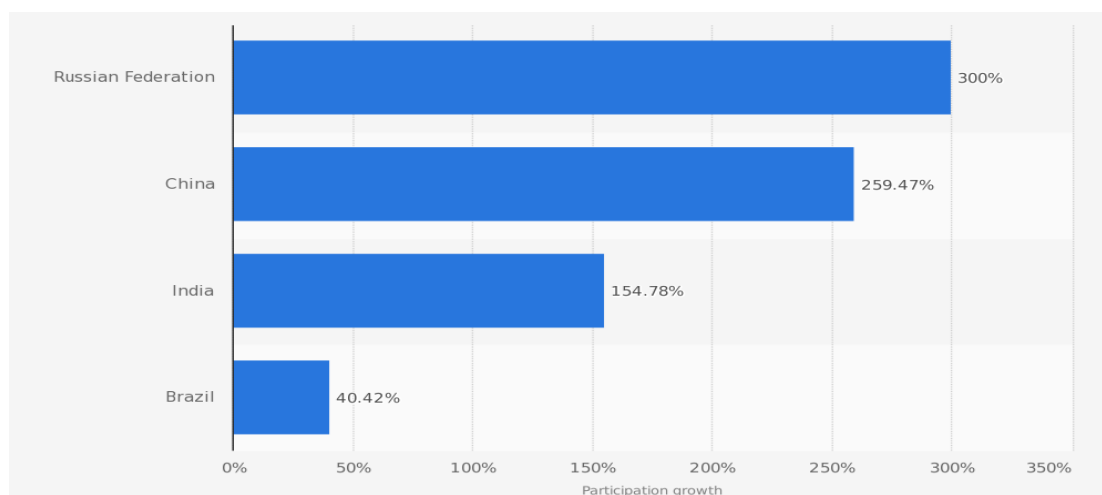
As Figuras 5 e 6 demonstram o crescimento que se tem observado em eventos de corrida de estrada, em todo o Mundo. A Figura 5 demonstra o crescimento do número de provas de 5km, 10km, Meias-Maratonas e Maratonas desde 2012 a 2016, nos Estados Unidos. A Figura 6 demonstra um crescimento incrível quanto ao número de participantes em Maratonas entre 2009 e 2014 nos países BRIC (Rússia, China, Índia e Brasil). A Rússia é o país que se destaca com um crescimento incrível de participação de 300%.

**Figura 5 - Corridas nos Estados Unidos entre 2012 e 2016**



*Nota.* Número de eventos de corrida entre 2012 e 2016, por distância, nos EUA. Fonte: Retirado de “Number of running events in the U.S. from 2012 to 2016, by distance of race” de Statista, 2017.

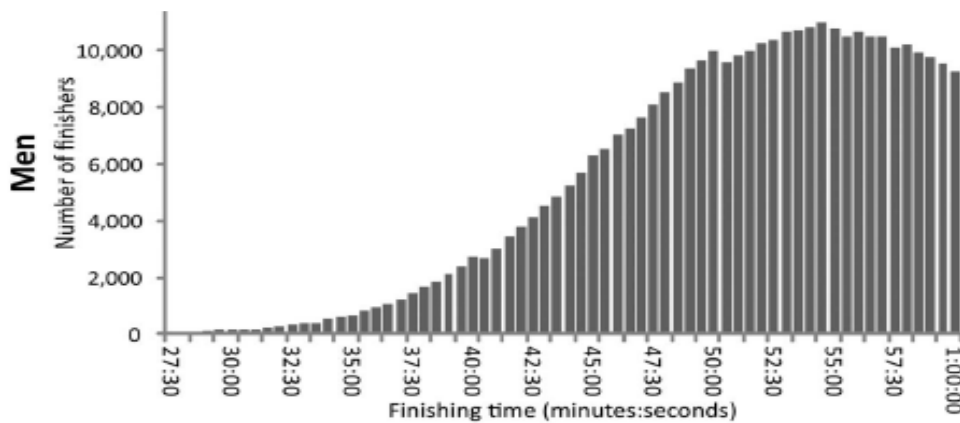
**Figura 6 - Crescimento da participação em maratonas nos países BRIC**



*Nota.* Crescimento da participação em Maratonas entre 2009 e 2014 na Rússia, na China, na Índia e no Brasil. Fonte: Retirado de “Growth of marathon running participation between 2009 and 2014 in BRIC countries” de Statista, 2015.

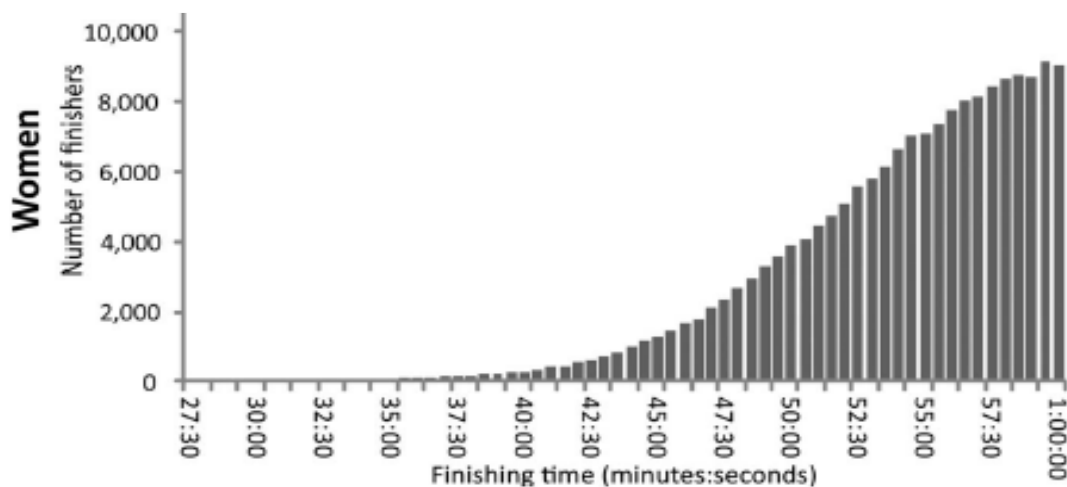
Cushman et al. (2014) analisaram dez provas de 10km nos Estados Unidos, com uma média de 7795 participantes, tendo observado os tempos de chegada dos atletas, masculinos e femininos, até à uma hora de prova (Figuras 7 e 8) e concluiu-se que o tempo mais comum de chegada de atletas do sexo masculino foi no intervalo de tempo entre os 54min30seg e os 55min30seg e de atletas do sexo feminino entre os 58min30seg e os 59min30seg. Enquanto que os primeiros parecem apresentar um pico de chegadas nos cerca de 55min de prova e, a partir daí, diminui o volume de chegadas a meta, as atletas do sexo feminino apresentam uma curva de crescimento de chegadas que parece continuar a aumentar após uma hora de prova.

**Figura 7 - Tempo de chegada de atletas masculinos numa corrida de 10km**



*Nota.* Histograma do tempo de chegada de atletas do sexo masculino abaixo de 1 hora em corridas de 10km. Fonte: Retirado de “Performance trends in large 10-km road running races in the united states” de M. D. Cushman, M. Markert e M. Rho, 2014, The Journal of Strength and Conditioning Research, 28, p. 895.

**Figura 8 - Tempo de chegada de atletas femininos numa corrida de 10km**



*Nota.* Histograma do tempo de chegada de atletas do sexo feminino abaixo de uma hora de prova de corridas de 10km. Fonte: Retirado de “Performance trends in large 10-km road running races in the united states” de M. D. Cushman, M. Markert e M. Rho, 2014, The Journal of Strength and Conditioning Research, 28, p. 895.

## 2.3. Eventos Desportivos

Segundo Vieira (2015), os eventos são acontecimentos breves promovidos por diversos tipos de organizações, tais como empresas, associações, organismos e instituições, organizados para celebrar algo, para divertimento dos participantes ou por qualquer outra razão associada à entidade organizadora. Este autor defende ainda que os eventos, tanto podem ser simples, por exemplo a organização de uma festa de anos, como complexos dando o exemplo dos Jogos Olímpicos, mas em ambos os casos para se chegar ao sucesso tem que se passar pela conceptualização, planeamento, organização e controlo.

Um evento desportivo tem características semelhantes ao descrito anteriormente, acrescidas de um conjunto de especificidades e estando ligado a pelo menos uma modalidade desportiva (Sarmiento, Pinto, Silva, & Pedroso, 2011).

### 2.3.1. Gestão de Eventos Desportivos

A administração desportiva é um conceito amplo que inclui “todas as pessoas, atividades, negócios e organizações envolvidos em produzir, auxiliar, promover ou organizar produtos desportivos de fitness e recreação” (Pitts & Stotlar, 2002). Alguns dos imensos exemplos são lojas desportivas, atletas profissionais, empresas que organizam eventos desportivos, agentes desportivos, gestores de instalações desportivas, treinadores das diversas modalidades e canais televisivos.

Para que haja gestão além de planear, organizar, liderar e avaliar é também necessário dominar o ambiente cultural, económico, social e político em que se está envolvido (Correia, Biscaia, & Menezes, 2014). Para Vieira (2015, pp.19) “gerir é transformar recursos humanos, físicos e financeiros em resultados, em utilidade, em produtos e em satisfação”. Este autor aponta as seguintes tarefas na gestão de eventos: (1) definir o conceito do evento, aquilo que se espera e o principal objetivo do mesmo; (2) perceber quais os recursos disponíveis para realizar o evento; (3) construir um plano estratégico que integre a visão, missão, objetivos, estratégia, política, programa e forma de avaliação do evento; (4) organizar as ações necessárias para que se realize o evento; (5) prever resultados e definir orçamentos; (6) comunicar o evento; (7) executar as tarefas necessárias para que o evento aconteça; (8) avaliar e partilhar os resultados; (9) encerrar o evento e terminar todas as tarefas inerentes ao mesmo.

A gestão de eventos é uma área transversal a quase todos os profissionais na área do Desporto, em que estes acabam por desenvolver tarefas regularmente seja a nível escolar, empresarial, municipal ou associativo (Sarmiento, Pinto, Costa, & Silva, 2011).

Os eventos desportivos têm um papel cada vez mais relevante na estratégia de desenvolvimento das cidades e dos países, tanto a nível político, como cultural e económico (Parent, 2008; Pereira, Mascarenhas, Flores, & Pires, 2012).

A indústria dos eventos é, hoje em dia, uma realidade que gera impactos económicos significativos e exige grande investimento tecnológico, em equipamentos e em formação de técnicos (Sarmiento, Pinto, Costa, et al., 2011). Em 2016, por exemplo, um estudo solicitado pela Câmara Municipal de Lisboa avaliou o impacto de 17 grandes eventos desportivos em Lisboa, entre os quais o Meo Urban Trail e a Rock n Roll Maratona de Lisboa EDP que contaram com os serviços técnicos da Xistarca. Estes tiveram um impacto na área da hotelaria superior a 9,01 milhões de euros, na restauração de 7,2 milhões, em compras diversas de 11,6 milhões e em inscrições e bilhética cerca de 5,6 milhões (Dionísio, Conceição, Leal, & Marcelo, 2016). Sarmiento et al. (2011) afirmam que são visíveis os impactos económicos gerados por eventos desportivos no Turismo, o que os torna uma área de negócios bastante desejada por empresas, organizações, associações e regiões.

Assim vão crescendo os eventos desportivos como um produto que ganha cada vez mais importância e que ganha adeptos todos os dias, acabando por ter duas vertentes: uma vertente passiva, daqueles que assistem aos espetáculos desportivos e uma vertente ativa, daqueles que participam (Sarmiento, Pinto, Costa, et al., 2011). Segundos estes autores, nestes eventos é cada vez mais importante o “show-off” que passou a fazer parte deste mundo e aspeto ao qual o público não só se habituou como já o exige.

Associado ao referido anteriormente está o interesse das grandes marcas em patrocinarem e/ou apoiarem de alguma forma os eventos desportivos, tal como é facilmente visível através dos maiores eventos desportivos do mundo. Se pensarmos na Final da Liga dos Campeões, nos Jogos Olímpicos ou no Superbowl é fácil entender que qualquer um desses eventos está associado a grandes marcas mundiais. Mesmo eventos de pequena e média dimensão têm habitualmente marcas associadas. Inevitável é o facto de quanto maior for o número de pessoas envolvidas direta ou indiretamente, maior será o interesse dos possíveis aderentes que posteriormente arrastarão os patrocinadores (Sarmiento,

Pinto, Costa, et al., 2011). Para que isto ocorra todas as decisões, tais como data, local, horário, meios de comunicação, são vitais. Também a hospitalidade, a recepção, o acompanhamento, a visibilidade, a alimentação, a acessibilidade, a emoção, a segurança, a inovação e as recordações devem ser disponibilizadas à medida do evento que se organiza (Sarmiento et al., 2011).

Alguns dos fatores mais importantes associados à preferência de um evento desportivo são a época sazonal em que este ocorre, o custo de inscrição associado, o horário, se é em zona urbana ou rural, existir um direto dos resultados do evento, o entretenimento e os prémios e exposições e pequenos espetáculos organizados em paralelo (Fotiadis, Vassiliadis, & Sotiriadis, 2016).

Com o desenvolvimento audiovisual os eventos ganharam outras dimensões deixando de se redimir ao que se passa no local do evento. Hoje em dia é possível transmitir em direto para qualquer local do mundo, fator que potencializa a capacidade de um evento desportivo alcançar milhões de pessoas (Sarmiento, Pinto, Costa, et al., 2011). Um grande evento desportivo normalmente apresenta uma interdependência entre o próprio desporto, os financiadores do evento e a media que é o principal difusor da imagem do evento (Emery, 2010).

Tal como cita Sarmiento et al. (2011), “se o Desporto na Grécia antiga parava as guerras Helénicas, hoje o mesmo princípio ativo associado à televisão pára todo o planeta” (pp.9).

### **2.3.2. Tipologias de Eventos**

A dimensão de um evento pode ser bastante variada podendo este ser categorizado como um mega evento, grande evento, pequeno evento ou micro evento (Sarmiento, Pinto, Silva, et al., 2011). Estes autores definem um megaevento como um evento internacional com duração superior a oito dias, um grande evento como sendo também de nível internacional e com a participação de milhares de atletas e espectadores, um pequeno evento como sendo um evento de nível nacional ou internacional de duração limitada e pequena participação e, finalmente, um micro evento como algo vocacionado para campeonatos ou torneios de menor relevância competitiva. Gibson, Willming e Holdnak (2003) afirmam que eventos desportivos de pequena escala ocorrem habitualmente em

infraestruturas existentes, exigindo investimentos mínimos e são mais fáceis de gerir em termos de congestionamentos de participantes comparando com grandes eventos.

Segundo Wicker et al. (2012) uma maratona é um evento médio que envolve um número de participantes, espectadores e média considerável. Esta terminologia encontra-se entre a definição de grande evento e de pequeno evento dos autores anteriores. Uma maratona pode atingir milhares de participantes chegando mesmo a existir eventos desta categoria com 40 000 participantes.

### **2.3.3. Etapas de um Evento**

Um evento pode dividir-se em quatro etapas, todas elas com importâncias semelhantes (Sarmiento, Pinto, Silva, et al., 2011). A 1ª etapa passa pela conceção da ideia, uma resposta para um problema e/ou um momento de criatividade aliado a experiência que acontece de forma isolada ou em equipa e após uma sequência de ações pode resultar na sua implementação. A 2ª etapa é o momento de preparação em que se ajusta a ideia inicial àquilo que é possível realizar de acordo com os meios e recursos disponíveis, tendo de se equacionar um grande conjunto de indicadores, tais como data, local, duração, nome, orçamento, possíveis patrocinadores, parceiros e apoios, concorrência e riscos associados. A 3ª etapa corresponde ao momento do evento e sua operacionalização, onde nada deve falhar, mas caso aconteça tem que se atuar com medidas corretivas ou adaptativas pensadas anteriormente e transmitidas ao maior número de elementos da equipa possível. Esta foi uma etapa na qual tive bastante participação ao longo do estágio, através da minha colaboração nos eventos. A 4ª etapa corresponde ao momento pós-evento, em que se deve realizar uma avaliação do mesmo, importante para que haja aprendizagem e evolução, assim como no sentido de perceber a avaliação de todos os stakeholders envolvidos.

### 2.3.4. Operações de um evento desportivo

Um evento desportivo, assim como qualquer outro evento obriga à existência de uma coordenação das diferentes áreas de trabalho (Figura 9) que, em função da dimensão e duração temporal do evento podem ser mais ou menos complexas.

A coordenação de um evento deve ser dividida em cinco áreas de trabalho: departamento financeiro, departamento jurídico, departamento de operações, logística e departamento de marketing, existindo a opção de ter também um departamento de gestão do risco se se justificar (Sarmiento, Pinto, Silva, et al., 2011).

**Figura 9 - Coordenação de um evento**



*Nota.* Esquema de coordenação de um evento desportivo. Fonte: Retirado de “O evento desportivo como factor de desenvolvimento”, de J. Sarmiento, A. Pinto, C. Costa e C. Silva, 2011, Revista Internacional de Gestão Desportiva, 1, p. 84.

O departamento financeiro é responsável por gerir os recursos financeiros para que se cumpra o orçamento previsto. O departamento jurídico tem uma função legislativa devendo garantir que o evento se realiza com todas as autorizações necessárias e que se encontram legalizados todos os processos e ações. O departamento logístico está ligado a um conjunto de atividades bastante amplo e transversal a todo o evento e que podem ir da coisa mais banal, como a colocação de grades de segurança, até a uma tarefa mais complexa, como a organização e distribuição do material necessário ao evento pelos

diversos transportes disponíveis. O departamento de marketing é uma área chave para o evento ser um sucesso, sendo este responsável pela imagem de todo o evento e difusão do mesmo para os vários canais de comunicação e também da área de patrocínios, apoios e parcerias que tem uma importância elevada ligada à sustentabilidade financeira de um evento.

Tal como representado na figura anterior, o departamento de operações é aquele que aglutina o maior conjunto de subáreas, cujas quais correspondem a necessidades básicas dos participantes, como por exemplo espectadores, dirigentes, voluntários, árbitros e juizes. Este departamento é aquele que coordena os transportes dos vários intervenientes, assim como a sua alimentação e o alojamento, a acreditação dos mesmos, as instalações desportivas usadas no evento, a segurança, a assistência médica, a hospitalidade, a gestão dos recursos humanos, as questões protocolares, a área da competição e o voluntariado (Sarmento, Pinto, Silva, et al., 2011).

A coordenação de um evento demonstra ser algo complexo e exigente, onde todos os departamentos e subáreas devem ser autónomas, mas também devem estar de alguma forma interligados para que tudo corra da melhor forma possível.

### **2.3.5. Gestão de Recursos Humanos**

“A gestão dos recursos humanos, em qualquer sociedade, é um instrumento estratégico de organização do futuro.” (Pires & Lopes, 2001, pp. 101)

Hoje em dia a organização de um evento implica uma grande diversidade de técnicos, algo que obriga as organizações a um domínio da gestão de recursos humanos, uma área que se tem vindo a tornar mais exigente com o desenvolvimento dos eventos. A primeira missão associada a esta área é identificar todas as atividades necessárias para a realização do evento e os respetivos recursos humanos que vão desempenhar tarefas, posteriormente planeadas, descritas e delimitadas no tempo (Sarmento, Pinto, Silva, et al., 2011).

A complexidade desta área deve-se muito ao fato dos recursos humanos terem características diferenciadas, assim como estatutos, podendo ir desde um técnico de limpeza ao diretor técnico da Federação Portuguesa de Atletismo. Muitas vezes, os conflitos de interesses e estatutos não estão dependentes da dimensão da organização,

mas acima de tudo da liderança e da personalidade e competência das pessoas em causa e da relação entre as expectativas e as realidades disponíveis (Sarmiento, Pinto, Silva, et al., 2011). Assim deve-se dar especial atenção a esta área quando se planeia um evento, pois o fato de ter as pessoas certas, nos lugares certos e lideradas pela pessoa certa torna o serviço bastante mais eficaz e com maior qualidade.

## 2.4. Marketing de Eventos Desportivos

O conceito de marketing é relativo à forma como se administra uma empresa e consiste em requisitos como analisar as necessidades e desejos das pessoas de forma a tomar decisões, selecionar a melhor maneira de ir ao encontro dessas necessidades e alcançar os objetivos da organização deixando o cliente satisfeito (Pitts & Stotlar, 2002). Estes autores definem marketing desportivo como um “processo de elaborar e implementar atividades de produção, formação de preço, promoção e distribuição de um produto desportivo para satisfazer as necessidades (...) de consumidores e realizar os objetivos da empresa” (pp.90).

O marketing desportivo é um conjunto de processos para criar, comunicar e acrescentar valor de forma benéfica tanto para a organização desportiva, como para o público (Correia et al., 2014). Segundo estes autores, este afeta todos os interessados em produtos e serviços disponibilizados por determinadas organizações, patrocinadores, média, fabricantes de equipamento e outros agentes.

Esta é uma área fundamental no crescimento da Indústria Desportiva e deve reger-se por uma conhecida expressão “Dê aos consumidores aquilo que eles querem!” (Pitts & Stotlar, 2002). Um ótimo exemplo disto é o fato do Desporto adaptar-se à televisão e não o contrário, tal como aconteceu no Basquetebol americano em que os tempos de intervalo foram alterados para que as publicidades televisivas pudessem durar mais tempo, assim como a legalização do afundação apenas porque os fãs adoravam. Algo único e bastante importante no marketing do desporto é a ligação emocional dos espectadores aos seus clubes que fornece oportunidades únicas e facilita em diversos aspetos, tais como a venda de bilhetes para ir ver os respetivos eventos desportivos ou a venda de merchandising da equipa (Correia et al., 2014).

O primeiro passo de uma empresa na área do marketing é existir uma clara noção da missão e da situação atual da empresa para que se possam tomar decisões e definir estratégias (Pitts & Stotlar, 2002).

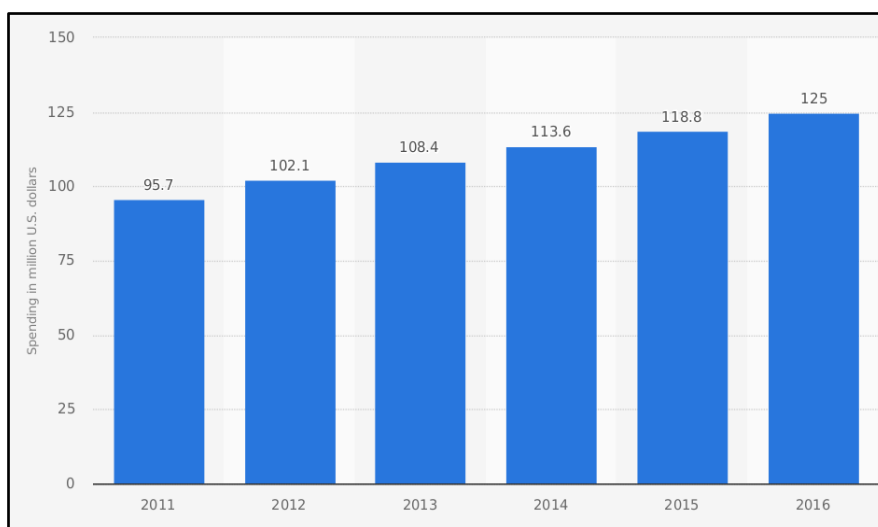
O marketing mix é um dos termos mais famosos do marketing e baseia-se em quatro elementos conhecidos como os 4 P's: produto, preço, local (canal de distribuição) e comunicação (*product, price, place e promotion*) (Correia et al., 2014). Um dos maiores desafios do profissional de marketing é conciliar as estratégias dos 4 Ps de forma satisfatória para o cliente e de acordo com os objetivos da empresa (Pitts & Stotlar, 2002).

## 2.5. A importância do Patrocínio no Desporto

Atualmente, a comunidade empresarial apresenta um forte investimento no Desporto, tanto através de patrocínios, como de apoios. Basta seguir um jogador de Futebol famoso para perceber que este faz inúmeras publicações nas suas redes sociais alusivas a marcas que o patrocinam ou olhar para um piloto de Fórmula 1 e tentar perceber quantos logotipos diferentes aparecem no seu uniforme.

Na figura seguinte (Figura 10) é visível o crescimento que ocorreu entre 2011 e 2016 no investimento por parte das empresas em patrocínios em desportos de resistência, que passou de 95,7 milhões de dólares em 2011 para 125 milhões de dólares em 2016.

**Figura 10 - Aumento dos patrocínios desportivos.**



*Nota.* Gastos em patrocínios de desportos de endurance entre 2011 e 2016. Fonte: Retirado de “Endurance sports sponsorship spending worldwide from 2011 to 2016” de Statista, 2016.

A cláusula de um contrato de patrocínio é bastante específica e refere, habitualmente, onde, como e com que frequência a marca será exibida e tanto o patrocínio, como os apoios podem ser individuais de equipa ou de uma organização, como por exemplo uma Federação Desportiva (Pitts & Stotlar, 2002).

Segundo Correia et al. (2014), de acordo com o destinatário e o tipo de associação existem diferentes tipos de patrocínio: patrocinador exclusivo (main sponsor); patrocinador oficial; fornecedor oficial; e parceiros institucionais. O primeiro é responsável pelo total do compromisso financeiro e tem exclusividade relativamente a fins promocionais, exemplo disso é por exemplo a atribuição do nome da marca ao produto, por exemplo os clubes que têm no naming a marca Redbull. O patrocinador oficial é responsável por um grande investimento financeiro, mas não são obrigatoriamente exclusivos. Dentro desta categoria, os autores referem que podem também existir os patrocinadores secundários, habitualmente responsáveis pelo financiamento exclusivo em determinada área. Os fornecedores oficiais são semelhantes aos patrocinadores secundários, mas estão ligados a produtos ou serviços essenciais à entidade. Finalmente, os parceiros institucionais surgem essencialmente do sector público e podem apoiar com recursos financeiros ou através de outros meios em que tenham maior facilidade por serem uma entidade pública. A relação entre patrocinador e patrocinado deve ser estimada e valorizada de forma a manter a continuação da mesma que pode estender-se para outros serviços, produtos e eventos futuros.

A entidade que é patrocinada deve ter alguns cuidados, tais como ter ideia do que pode dar ao patrocinador e das contrapartidas, possuir e apresentar argumentos válidos que convençam o potencial patrocinador, demonstrar eficiência, dominar as implicações mediáticas do evento e conhecer muito bem o público-alvo do mesmo (Correia et al., 2014).

## **3. REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO CURRICULAR**

### **3.1. Caracterização do Estágio**

#### **3.1.1 Condições Gerais do Estágio**

Na reunião prévia ao início do estágio foram definidos vários pormenores com o Metodólogo do local de Estágio, para que tudo ficasse bem definido e corresse da melhor forma (Anexo 2). Estes são flexíveis, para que possam, em determinados momentos, ir de encontro às necessidades existentes. A realização do estágio decorreu nas instalações da sede da Xistarca, com um horário de 40 horas semanais de segunda a sexta-feira, entre as 09h30 e as 18h30, com uma hora de almoço entre as 13h00 e as 14h00. Sempre que colaborasse num evento durante o fim-de-semana ficou combinado cada dia de trabalho num evento ser convertido num dia de folga durante a semana.

O estágio foi desenvolvido com a orientação da Prof<sup>a</sup> Ana Maria Peixoto Naia, da Faculdade de Motricidade Humana e com o metodólogo Miguel Lagos Abreu, gestor de projetos da Xistarca, Promoções e Publicações Desportivas, Lda., entre os dias 5 de fevereiro e 5 de maio de 2018.

#### **3.1.2 Objetivos do Estágio**

De acordo com os interesses de ambas as partes, juntamente com o meu metodólogo de estágio, foram estabelecidos os seguintes objetivos:

- Desenvolver a competência de planeamento e organização de eventos desportivos. Inovar no planeamento e realização de eventos desportivos.
- Desenvolver a competência de gestão de recursos humanos.
- Vivenciar o que é ser um gestor desportivo no dia-a-dia.
- Gerir as redes sociais da empresa.
- Perceber em que aspetos se pode melhorar e se há procedimentos mais eficazes no planeamento dos eventos.

### 3.2. Metodologia Utilizada na Elaboração do Relatório de Estágio

Ainda antes do início de estágio já existia uma preocupação com o Relatório de Estágio, sendo este a reflexão de todas as horas de trabalho em prol da Xistarca. Assim sendo, sempre procurei ter alguns métodos e bons hábitos que me ajudassem na realização do mesmo. Desde o primeiro dia de estágio que criei um documento diário onde coloquei todos os dias as tarefas desempenhadas, desde as mais simples às mais complexas, assim como dúvidas, sugestões de melhoria e problemas encontrados. Além disso guardei numa pasta todos os documentos que tinham a minha intervenção, assim como outros documentos importantes da empresa, para que mais tarde, se necessário, tê-los disponíveis para completar o presente trabalho.

Foram estabelecidos contactos frequentes com a orientadora de estágio para que fosse sempre tendo linhas orientadoras para escrever o documento e para tirar todas as dúvidas que iam surgindo.

### 3.3. Tarefas de Estágio

O fato de já conhecer os trabalhadores e o ambiente na empresa facilitou bastante o início do estágio curricular, não só pelo à-vontade que sempre tive para fazer questões e pedir ajuda nas diversas situações, mas também porque foi depositada maior confiança em mim pela experiência que já tinha.

Desde o início foram-me delegadas algumas funções que teria que desempenhar ao longo de todo o período de estágio, tais como, o atendimento ao público, o qual fui aprimorando e desenvolvendo ao longo do tempo, a administração das redes sociais, algo em que investi bastante tempo e algum estudo para que o alcance das mesmas aumentasse, e o secretariado, onde participei ao nível de faturação, de planeamento dos eventos e de tarefas operacionais pré e pós-evento. Além disso decidi também criar um documento estatístico acerca dos eventos organizados em 2017 e no primeiro semestre de 2018 para ser continuado após o meu estágio. As várias funções e tarefas que desenvolvi (Tabela 1) estão detalhadas nos próximos subcapítulos.

**Tabela 1 - Tarefas de estágio**

		Fevereiro	Março	Abril	Maio
Caráter contínuo	Administração de Redes Sociais	x	x	x	x
	Apoio na conceção de material gráfico	x	x	x	x
	Atendimento ao Público	x	x	x	x
	Tarefas operacionais pré e pós evento	x	x	x	x
	Estatísticas dos Eventos	x	x	x	x
	Realização de inscrições de clientes em eventos	x	x	x	x
	Contabilidade				x
Caráter Pontual	Corrida dos Namorados	x			
	XIX GP Atlântico	x			
	Corrida das Lezírias		x		
	Corrida Salesianos		x		
	Night Run Vendas Novas Seaside		x		
	23ª Corrida da Árvore		x		
	XVIII 12km Salvaterra de Magos		x		
	Challenge Algarve		x	x	
	Corrida UGT			x	
	Campeonato Mundial De Tetratlo Moderno Sub-19 – Caldas Da Rainha			x	
	79ª Estafeta-Cascais-Oeiras-Lisboa			x	
	1ª Corrida da Defesa Nacional			x	

**3.3.1. Atendimento ao Público**

Algo no qual já tinha alguma experiência anterior a este estágio era o atendimento ao público, o que levou a que fosse uma tarefa desempenhada por mim, tanto a nível de

atendimento pessoal, como atendimento de chamadas telefónicas de clientes. O atendimento pessoal na empresa diz respeito sobretudo a clientes que se deslocam para fazer inscrições ou para levantar o seu kit de participante de algum evento. As chamadas telefónicas são frequentes e diversas nos assuntos. Além disso ajudei frequentemente a responder a emails com pedidos de informações diversos enviados para o email geral.

Esta é uma das tarefas em que a gestão de recursos humanos é muito importante, pois tal como referido anteriormente os recursos humanos têm características diferenciadas e ter as pessoas certas, nos lugares certos e lideradas pela pessoa certa torna o serviço bastante mais eficaz e com maior qualidade (Sarmiento, Pinto, Silva, et al., 2011). O atendimento ao público é muitas vezes o primeiro contacto com um promissor cliente e por isso deve-se dar especial atenção a esta área, no sentido de esclarecer todas as dúvidas, resolver problemas e agilizar processos ao cliente de forma eficaz e simpática.

### **3.3.2. Administração das Redes Sociais**

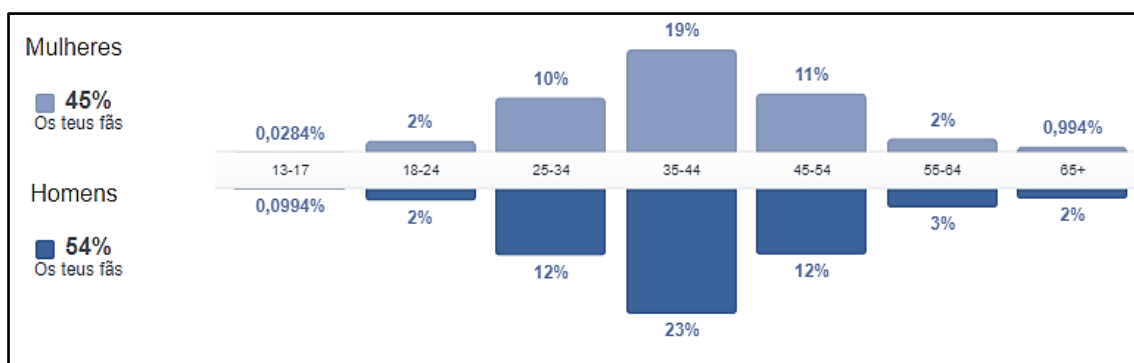
Uma das primeiras responsabilidades que me foi atribuída foi a administração das páginas do Facebook e do Instagram da empresa. O Facebook sempre fora utilizado, mas o Instagram só tinha sido usado durante um curto período de tempo não existindo publicações acerca de um ano e tendo menos de 500 seguidores. Assim sendo defini algumas estratégias juntamente com a responsável pelo Design e Comunicação para ambas as páginas começarem a crescer mais e serem mais interativas.

As principais estratégias para a página do Facebook foram: agendar publicações diárias no perfil da Xistarca relativas aos próximos eventos; começar a fazer publicações sobre datas comemorativas, por exemplo Dia Mundial da Saúde e o Dia Mundial do Ambiente. Estas seriam sempre realizadas com fotos de eventos anteriores relacionadas à celebração; colocar o aviso sempre que algum evento ia ficar mais caro no dia a seguir, isto é, sempre que terminava um prazo de inscrição; aumentar a taxa de resposta a mensagens de clientes e a rapidez da mesma; dar mais atenção às páginas de Facebook especialmente criadas para os eventos, como é o caso da página da Corrida do Sporting e da Meia Maratona dos Descobrimentos, onde eram realizadas poucas publicações e onde a taxa de resposta às mensagens era baixíssima; começar a ter maior interação com os parceiros ao criar hashtags e ao identificar as páginas destes nas publicações; criar o evento no Facebook

logo que se saiba que este vai ser organizado pela Xistarca e a data e local do mesmo; pedir ao nosso media partner “AMinhaCorrida” que divulgasse os nossos eventos e convidasse o máximo de pessoas que conseguisse para o mesmo, sendo que este conseguiria convidar imensas pessoas que fazem parte do nosso público-alvo.

Curiosamente, a página do Facebook da Xistarca tem um público alvo semelhante ao público que participa nos eventos (Gráfico 8), existindo uma maioria masculina (54%) e com idades entre os 35 e 44 anos (42%). A percentagem de jovens é notavelmente baixa, pois apenas cerca de 4% dos seguidores têm menos de 24 anos (Gráfico 1). É também notável que apesar de termos alguma participação de pessoas com mais de 54 anos (Gráfico 8) este é um público que possivelmente não tem tão facilmente acesso às redes sociais, pois apenas 8% dos seguidores pertencem a este grupo etário.

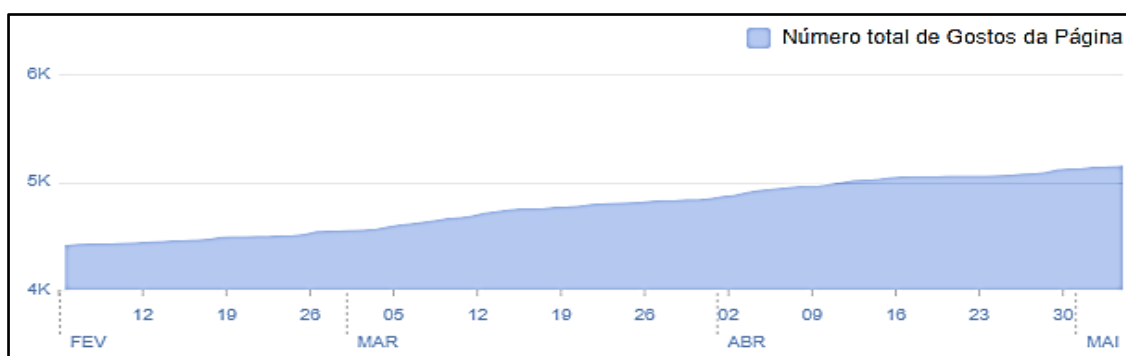
**Gráfico 1- Público-alvo da página de Facebook da Xistarca**



*Nota.* Dados demográficos agregados sobre as pessoas que gostam da página da Xistarca com base nas informações de idade e sexo/género que indicam nos seus perfis. Fonte: Retirado de “Seguidores” de Facebook, 2018.

No dia em que iniciei o meu período de Estágio a página da Xistarca tinha um total de 4409 gostos e aumentou para 5146 até ao final do mesmo (Gráfico 2), em maio, o que representa um aumento de 737 fãs em três meses (Facebook, 2018). Este é um dado positivo e representa uma maior evolução do que o que aconteceu nos três meses anteriores ao meu estágio, em que o aumento foi de 663 fãs (Facebook, 2018). Neste momento conta com mais de 7000 seguidores.

## Gráfico 2 - Evolução do nº de gostos durante o meu período de Estágio



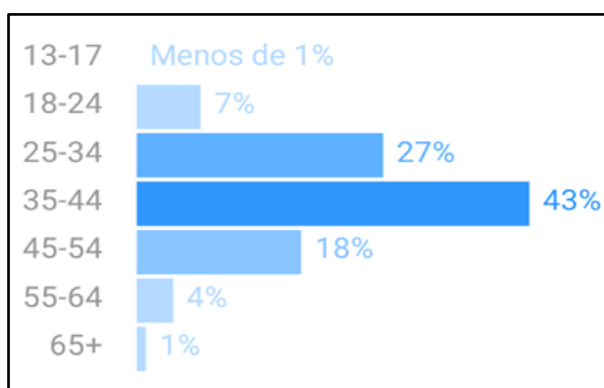
*Nota.* Total de gostos da Página entre 05 de fevereiro de 2018 e 05 de maio de 2018. Fonte: Retirado de “Gostos” de Facebook, 2018.

Para o perfil no Instagram adotaram-se diferentes estratégias, pois este é um meio diferente e com um público mais jovem e, por isso, optou-se por tentar ter uma relação mais próxima com os seguidores usando muito o “Instastorie” onde frequentemente foram colocadas questões às quais estes respondiam e onde partilhávamos vídeos, fotos e diretos dos eventos. Para tentar aumentar o número de seguidores comecei por seguir páginas e pessoas que estavam bastante ligadas ao mundo da corrida e dos eventos de corrida. Além disso usei uma aplicação que monitorizava as fotos colocadas em todo o mundo com determinados hashtags e onde eu podia pedir que esta colocasse “gosto” automaticamente em todas as fotos postadas com determinados hashtags, como por exemplo “#portugalrunners” e “#corrida”. Isto fez com que as pessoas visitassem o perfil da Xistarca após receberem um gosto da página e muitas vezes que a comesçassem a seguir. Algumas das melhores fotos tiradas pelo fotógrafo nos nossos eventos eram também colocadas frequentemente na rede social de forma a agradecer a presença dos participantes e de forma a estes responderem e deixarem comentários sobre os eventos. Em cerca de quatro meses foram alcançados os 1100 seguidores duplicando o número anterior.

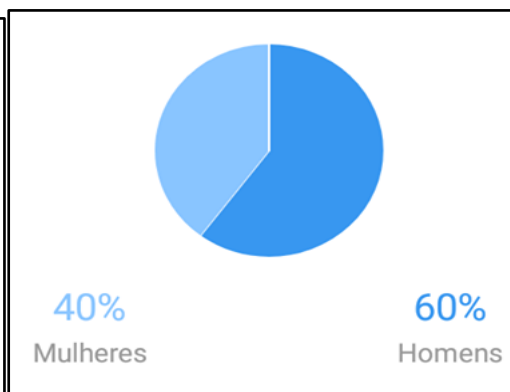
Ao comparar o Gráfico 3 com o Gráfico 1 entende-se que existe uma maior percentagem de seguidores com menos de 24 anos no Instagram (7% contra 4% no Facebook). O grupo etário seguinte (25-34 anos) também tem maior representatividade no Instagram, no entanto a partir dos 45 anos a percentagem de seguidores é maior no Facebook. Além disso também no Instagram existe uma percentagem maior de seguidores do sexo masculino do que do sexo feminino (Gráfico 4). Tal como expectável o público alvo do

Instagram é mais jovem que o público do Facebook da empresa, ainda assim a diferença não é tão grande como esperada.

**Gráfico 3- Público-alvo do Instagram da Xistarca (1)**



**Gráfico 4 - Público-alvo do Instagram da Xistarca (2)**



*Nota.* Dados demográficos agregados sobre as pessoas que seguem o Instagram da Xistarca com base nas informações de idade e sexo que indicam nos seus perfis. Fonte: Retirado de “Estatísticas” de Instagram, 2019.

Os resultados das estratégias na execução desta tarefa parecem ter sido positivos sobretudo devido ao aumento de seguidores em ambas as redes sociais e, conseqüentemente, da interatividade dos nossos seguidores. Penso ter sido importante a aposta no Instagram, pois esta é uma rede social, com um público mais jovem, público esse que a empresa tem tido algumas dificuldades em angariar para os seus eventos.

As redes sociais são um canal de marketing poderoso, em que se pode promover a marca de forma económica e utilizar inúmeras ferramentas para chegar aos consumidores e, por isso, deve ser uma área a explorar pelas empresas (Bolotaeva & Cata, 2010).

### 3.3.3. Secretariado

Durante o meu estágio as minhas funções, durante a semana, foram sobretudo de secretariado, como são exemplo os processos de conceção dos chips, dorsais e do conjunto que se dá ao cliente quando este vai fazer o levantamento do seu kit participante. Além disso realizei outras tarefas relacionadas com contabilidade, faturação, responder aos emails dos clientes e ficar responsável por perceber como a empresa deveria reagir ao novo Regulamento Geral de Proteção de Dados.

### *3.3.3.1. Conceção do Kit Participante*

Após um cliente se inscrever num evento e realizar o pagamento da inscrição este vai ser adicionado a uma base de dados. Após terminar o período de inscrições para esse evento é necessário exportar a mesma e trabalhá-la em formato Excel de forma a conseguir produzir os dorsais e chips de todos os inscritos para que posteriormente estes recebam o seu kit de participante e o usem na prova com sucesso. O Dorsal é o elemento de identificação de cada participante e o Chip é o objeto que faz com que este obtenha automaticamente o seu tempo de prova, ou seja é aquilo que após processado pelo material de cronometragem na partida e chegada da corrida vai dizer-nos o tempo que o atleta demorou a realizar a prova. Assim sendo esta é uma parte muito importante do evento para que tudo corra bem, pois se esta produção for realizada incorretamente é possível que no final da prova não se consiga obter o tempo de prova atletas.

Cada evento da Xistarca necessita de determinados processos informáticos que se tornam uma rotina. Na maioria dos eventos, que são principalmente eventos de corrida, existem tarefas obrigatórias a nível informático: (1) tratamento da base de dados dos inscritos no evento em excel; (2) utilização do Software “Vidya” para carregar a base de dados de inscritos e, posteriormente, realizar a cronometragem da prova com um outro software; (3) impressão das etiquetas para identificar todos os chips produzidos; (4) impressão das etiquetas para identificar os envelopes que no interior contêm os dorsais; (5) impressão de dorsais; (6) utilização do “Microsoft Access” para trabalhar a base de dados dos inscritos e extrair as equipas inscritas e respetivas composições; (7) Imprimir listagens de inscritos por prova.

Uma vez que apenas uma pessoa da empresa sabia realizar todo este processo necessário e não existindo um manual de instruções decidi realizar um para a posterioridade (Anexo 3). Desta forma consegui aprender todo o processo e sempre que tivesse dúvidas bastava consultar o manual. Além disso em casos futuros, em que seja necessário, qualquer pessoa da empresa conseguirá realizar o processo.

Normalmente esta tarefa é realizada ao longo da semana anterior ao evento começando-se por conceber os chips e depois os dorsais, sendo que no final cada dorsal tem que estar junto ao chip correspondente dentro de um envelope, para dar ao cliente.

Durante este processo usam-se o Microsoft Excel e o Microsoft Access, para tratar a base de dados dos inscritos, e ainda o Software “Vidya” para importar essa base de dados que posteriormente vai ser usada pelo “Cronus” e pelo “TagListener” para realizar a cronometragem da prova.

### *3.3.3.2. Processamento de Faturação*

A área da contabilidade foi algo em que apenas comecei a desenvolver competências no final do estágio, uma vez que surgiu a necessidade de substituir a responsável pela área e, assim sendo, passaria a ser uma função a desempenhar por mim.

Além do processamento de toda a faturação fiquei responsável por outras tarefas contabilísticas, como por exemplo submeter o ficheiro SAFT-PT<sup>1</sup> mensalmente, enviar pagamentos para fornecedores e realizar as folhas de caixa detalhadas mensalmente. O Software de Contabilidade com o qual tive contacto foi o “Kamaegest”.

As tarefas mais habituais dentro desta área foram a emissão de faturas, recibos e de faturas-recibo, assim como o controlo dos saldos de clientes.

### *3.3.3.3. Nova Lei de Proteção de Dados*

Uma vez que no dia 25 de maio entrou em vigor o novo Regulamento Geral de Proteção de Dados as empresas abrangidas pelo mesmo foram obrigadas a realizar algumas mudanças, tal como foi o caso da Xistarca. Uma das minhas funções passou por perceber quais seriam as alterações necessárias a fazer para que todos os procedimentos estivessem de acordo com a lei. De forma a aumentar as minhas competências nesta área foi-me dada a possibilidade de realizar um Curso de Encarregado de Proteção de Dados, num total de 20 horas (Anexo 4).

---

<sup>1</sup> Nota. Ficheiro SAFT-PT (“Standard Audit File for Tax Purposes – Portuguese Version”) é um ficheiro xml que reúne toda a documentação fiscalmente relevante de uma empresa relativa a um determinado período de tempo, habitualmente um mês. Fonte: Retirado de “O Que é o Ficheiro SAFT?.”, de Sage One, 2015, em <https://www.sageone.pt/2014/06/09/o-que-e-o-ficheiro-saft/>.

Derivado do curso e após algum estudo sobre a temática comecei por realizar uma auditoria inicial e após isso implementar as medidas corretivas necessárias, para que não existisse qualquer violação do Regulamento Geral de Proteção de Dados (Tabelas 2 e 3).

**Tabela 2 - Auditoria inicial do RGPD na Xistarca**

Atividade	Situação atual	Obrigatório RGPD	Medida
Estão devidamente identificadas, na empresa, as partes interessadas na recolha e tratamento dos dados pessoais?	Sim	Sim	Não Aplicável
Estão devidamente identificados os dados pessoais que estão a ser objeto de recolha e tratamento?	Sim	Sim	Não Aplicável
É clara e esta corretamente definida a forma como foram obtidos os DP?	Não	Sim	Obter o consentimento claro e lícito de todos os dados
Estão bem definidas as necessidades, critérios, as finalidades e as atividades para que estão a ser solicitados os dados pessoais?	Sim	Sim	Não Aplicável
Estão claramente identificadas as pessoas/colaboradores/terceiros que têm acesso aos dados pessoais?	Sim	Sim	Não Aplicável
Estão definidos os procedimentos relativos ao tempo necessário à conservação dos dados pessoais?	Não	Sim	Eliminar os dados não necessário a cada 2 anos.

**Tabela 3 - Implementação do RGPD na Xistarca**

Situação verificada	Violações do RGPD	Consequências	Medidas corretivas
A empresa tinha uma base de dados com 65000 emails para onde eram enviadas newsletters. Não existiam provas que cada um dos titulares destes emails consentia esta situação. Sempre que existia um evento, a pessoa inscrevia-se e o seu email era adicionado à base de dados aceitando o cliente apenas os termos da inscrição onde não se previa o uso deste para enviar publicidade.	Art.º 6.º /1/a	Os emails dos clientes estão a ser usados sem um consentimento explícito.	Foi enviado um email a todos os clientes que constituíam a base de dados a pedir o consentimento para continuarmos a enviar newsletters ou, caso pretendessem eliminar o seu email da nossa base de dados. A atual plataforma de inscrições em eventos questiona se o cliente dá o seu consentimento para que lhe sejam enviados emails publicitários e campanhas pela Xistarca.
	<b>Imposições RGPD</b>		
	Art.º 7.º /1		
Os computadores da empresa estão cheios de documentos descarregados desde 2007.	<b>Violações do RGPD</b>	Dados conservados além do tempo necessário para a finalidade do seu tratamento e a segurança dos mesmos posta em causa.	Deve ser realizada uma limpeza dos ficheiros que já não são necessários e os quais já não podemos possuir de acordo com a lei. E ainda arquivar aqueles que ainda podem ser guardados, de forma segura e organizada.
	Art.º 5.º/1/e		
	<b>Imposições RGPD</b>		
	Art. 24.º e 25.º e 32.º		

### 3.4. Colaboração nos Eventos

Durante o período de estágio tive a oportunidade de colaborar em diversos eventos (Tabela 1) nos quais desempenhei diversas funções, tal como previsto nos cronogramas de tarefas de cada evento (Anexo 5). Os cronogramas referidos são um ótimo exemplo da tarefa de um gestor de recursos humanos, pois são estes que dão a informação aos trabalhadores daquilo que serão as suas tarefas e aos responsáveis de quem irá estar em cada local em determinado horário com determinada tarefa.

Nestes eventos desempenhei tarefas diversificadas, desde a simples entrega de água aos atletas ao secretariado do evento onde têm que se solucionar algumas questões de última hora. Além disso outras funções que desempenhei ao longo dos eventos em que colaborei foram as seguintes: entrega do kit participante; montagem e desmontagem de todo o evento; responsável pelo bengaleiro, onde os atletas deixam os seus pertences; entrega de troféus aos primeiros classificados; marcação de percurso; abastecimento de fruta, água, bebida energética e outros produtos aos atletas

O trabalho no terreno é o culminar de um planeamento extensivo do evento e, por isso, considero uma parte bastante importante do meu estágio curricular, não só pelas tarefas que desempenhei, mas também pelo contacto com o cliente e por perceber aquilo que corre bem e o que pode ser melhorado.

No final de cada evento arquivava num documento Excel alguns aspetos positivos e negativos ocorridos, o que culminou num relatório dos eventos nos quais colaborei (Anexo 6). Esta é uma tarefa que faz parte da 4ª etapa de um evento, o pós-evento, onde se deve realizar uma avaliação do mesmo com o objetivo de se evoluir numa próxima edição (Sarmiento, Pinto, Silva, et al., 2011).

### 3.5. Apoio na Conceção de Material Gráfico

Ao longo do estágio colaborei também com a responsável de Design da empresa ajudando com pequenas tarefas. Uma das principais colaborações foi a criação de uma apresentação da empresa em formato A5 para puder apresentar em reuniões com clientes e dar a conhecer a Xistarca (Anexo 7). Além disso fui colaborando ao longo do tempo em pequenos trabalhos, como por exemplo a criação de ideias para as publicações no

Facebook a celebrar datas comemorativas e as publicações promocionais dos nossos eventos (Anexo 8).

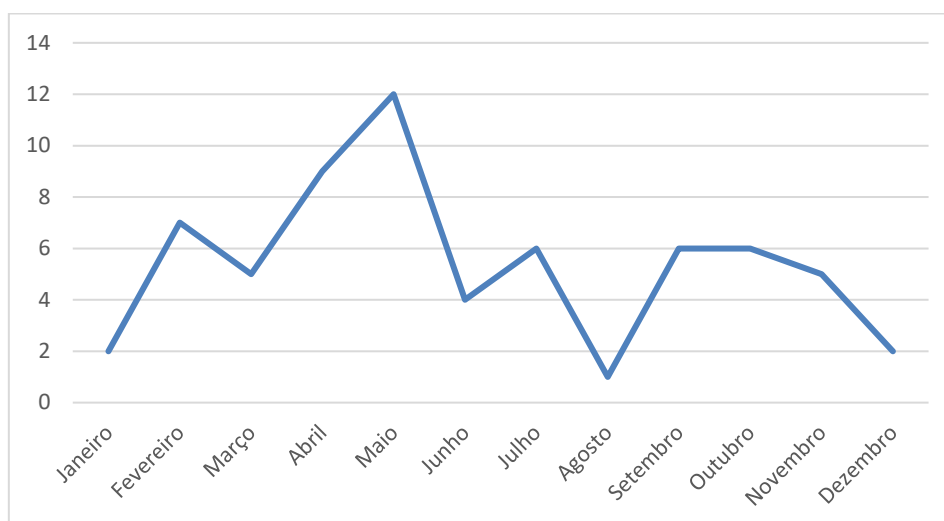
Além da administração das redes sociais, esta foi outra função exercida relacionada com a área do Marketing, que tal como mencionado anteriormente é uma área importantíssima no crescimento de uma empresa (Pitts & Stotlar, 2002). Algo que favorece bastante o marketing do desporto é a ligação emocional dos espetadores, no caso da Xistarca dos participantes (Correia et al., 2014). Esta peculiaridade facilita em diversos aspetos, tais como na venda de inscrições em eventos que são tradicionais ou que por outras razões dizem muito ao atleta, seja pela localização, pela missão do evento, ou pelos resultados já obtidos no mesmo. Um exemplo de evento tradicional é a Corrida das Fogueiras que acontece desde 1980 em Peniche e esgota todos os anos as inscrições. Outro exemplo é a Meia Maratona dos Descobrimentos que tem um ótimo percurso para fazer bons tempos nos 21Km e que muitas vezes é a primeira prova desta distância de alguns atletas ou a prova em que têm o seu melhor resultado. Estes são dados que procurei pesquisar e usar a favor da Xistarca nas diversas imagens que se realizaram para publicar no Facebook.

### 3.6. Estatísticas

Ao longo do estágio desenvolvi um ficheiro Excel no qual pretendia, não só chegar a alguns dados conclusivos sobre os dados de participação em eventos com organização da Xistarca, mas também criar uma base de dados para ser continuada (Anexo 9). Através deste documento podem-se analisar alguns dados interessantes apresentados de seguida.

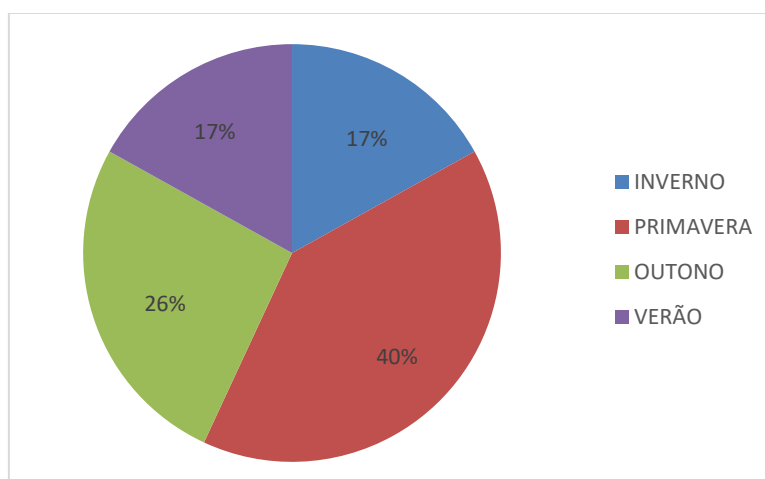
No Gráfico 5 analisa-se o número de eventos por mês no ano de 2017 e observa-se que os meses de abril e maio foram os que tiveram um maior número de eventos e que agosto foi o mês mais fraco com apenas um evento, o que é normal dado ser a época do ano em que há maior número de portugueses em férias e em que habitualmente se sente mais calor. Também em dezembro ocorreram apenas dois eventos.

**Gráfico 5 - Volume mensal de Eventos em 2017**



Ao que parece existe bastante influência sazonal, sendo a Primavera a estação mais concorrida, entre 1 de março e 31 de maio, com 40% de um total de 65 eventos (Gráfico 6). As estações do ano em que existiram um maior número de eventos em que a Xistarca faz parte da organização em 2017 foram a Primavera e o Outono, algo facilmente explicado pelo clima que nestas estações é mais favorável à prática da corrida. Curiosamente o Verão e Inverno de 2017 tiveram o mesmo número de eventos.

**Gráfico 6 - Distribuição sazonal dos eventos em 2017**



No Gráfico 7 é analisada a evolução do número de participantes nos eventos do primeiro quadrimestre entre 2017 e 2018, sendo que alguns eventos de 2017 não se repetiram em 2018 e vice-versa. Por exemplo a Corrida da Liberdade contou com a organização da Xistarca pela primeira vez em 2018 e os Challenge da Caparica (Cross e Praia) não se repetiram, assim como a Corrida da Rádio Comercial.

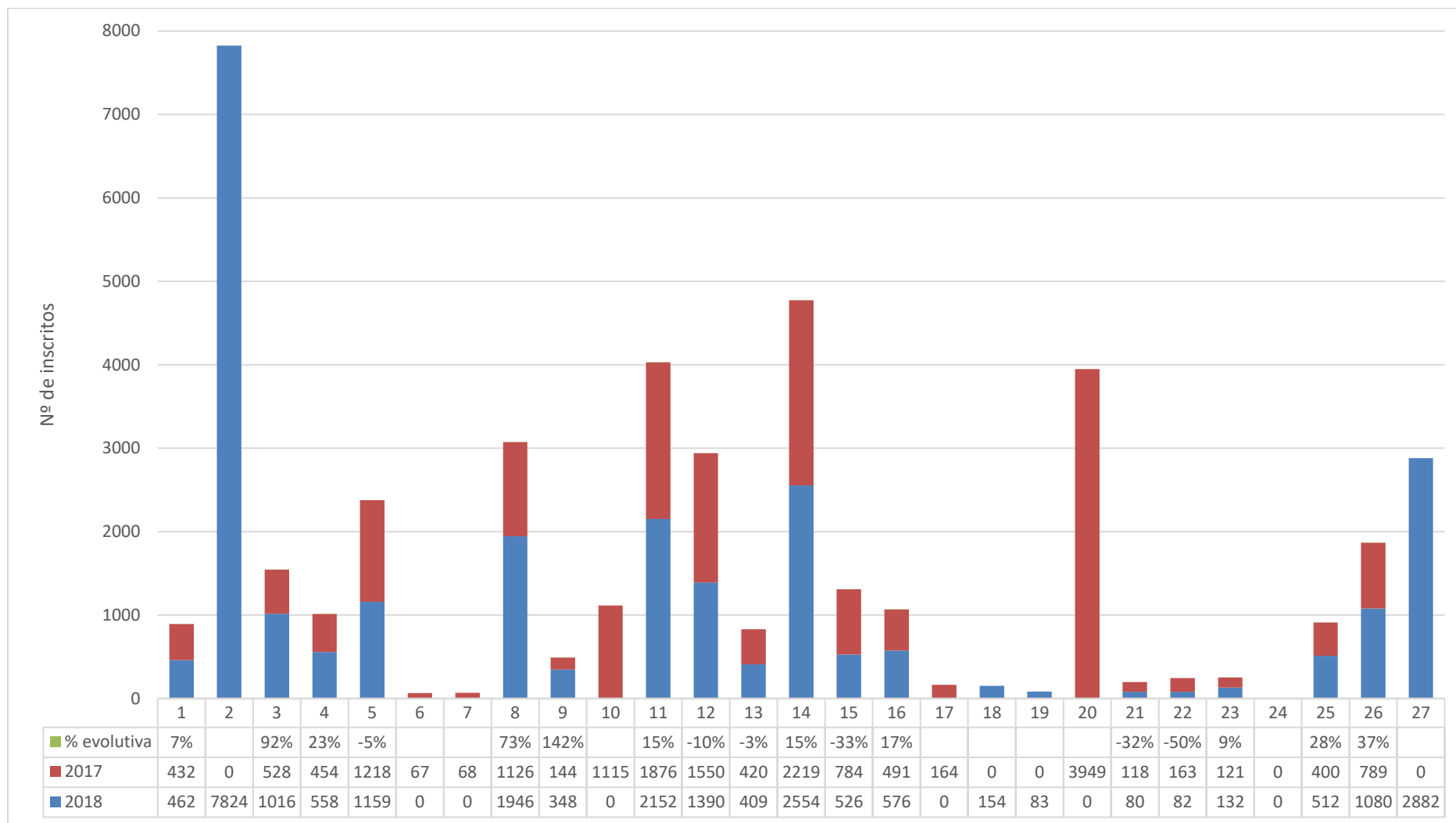
As inscrições são o total das várias provas pertencentes ao evento, por exemplo se houver corrida de 10km, caminhada e corrida de crianças foram contabilizadas as inscrições totais. Entre os 27 eventos analisados destaca-se o evento 2, a Corrida da Liberdade com o maior número de inscritos - 7824 pessoas. Esta é neste momento o único eventos internacional da empresa, realizando-se na cidade de Praia, em Cabo Verde. O destaque negativo é para o evento 20, a Corrida da Rádio Comercial, que teve 3949 inscritos e não se repetiu em 2018. Além deste, todos os eventos que não se repetiram em 2018 parecem ter justificação relativa ao baixo número de atletas que tiveram interesse em participar.

Excluindo os eventos que apenas ocorreram num dos anos (10), apenas em 6 eventos se observou um decréscimo no número de inscrições, um aspeto bastante positivo pois quer dizer que em 11 eventos houve um aumento. Além disso existiu uma evolução positiva bastante notável nos eventos 3 (92%), 8 (73%) e 9 (142%) todos com um aumento superior a 70% no número de inscrições. Já os eventos 15 (-33%), 21 (-32%), 22 (-50%) tiveram um decréscimo superior a 30%, no entanto os eventos 21 e 22 parecem pouco significantes pois nenhum chegou aos 170 participantes nas edições de 2017.

**Tabela 4 - Correspondência dos eventos do Gráfico 7**

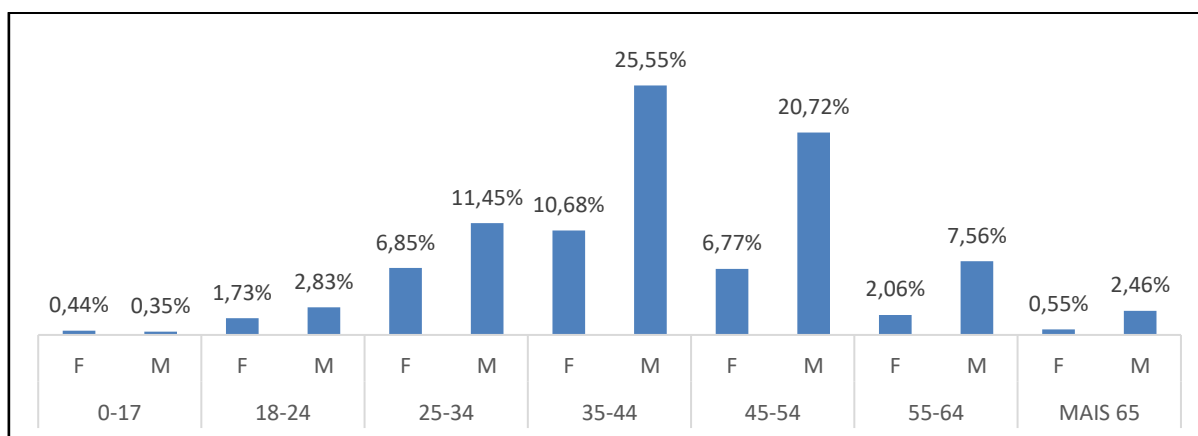
1	Estafeta Dos Reis	15	12km Salvaterra De Magos
2	Corrida Da Liberdade	16	Corrida Sempre Mulher
3	Corrida Solidária dos Adeptos e Simpatizantes	17	Corrida dos 100 Anos Do Torreense
4	GPA De Grândola	18	Campeonato de Atletismo De Estrada
5	Corrida Da Árvore	19	Campeonato Nacional Militar Btt
6	Challenge Caparica - Praia	20	1ª Corrida Rádio Comercial
7	Challenge Caparica - Cross	21	Challenge Algarve- Cross
8	Challenge Caparica - Estrada - GP Atlântico	22	Challenge Algarve - Praia
9	Corrida Dos Namorados	23	Challenge Algarve - Meia Maratona
10	X Gpa De Algueirão-Mem Martins	24	Pentatlo - Campeonato Do Mundo Sub 19
11	Corrida Das Lezírias	25	Estafeta Cascais - Oeiras - Lisboa
12	Night Run Seaside	26	20km da Marginal
13	GPA Cidade Montemor-O-Novo	27	Corrida da Defesa Nacional
14	Corrida Salesianos		

**Gráfico 7 - Evolução do número de participantes nos eventos do primeiro quadrimestre 2017-2018**



Além da análise anterior procurei também analisar o maior evento em que a única organização envolvida fosse a Xistarca de 2018, neste caso, a Meia Maratona dos Descobrimentos 2018 (MMD 2018). Este evento ocorreu no dia 2 de dezembro de 2018, com partida e chegada em Belém e contou com 5483 inscritos, cujo os quais 3421 na Meia Maratona, 1648 na Corrida de 10Km e 414 na Caminhada de 4Km. Ao analisar os dados demográficos dos inscritos (Gráfico 8) observa-se uma maioria de inscritos do género masculino e com entre 35 e 44 anos, dados muito semelhantes aos obtidos através da página do Facebook (Gráfico 1). Além disso também o segundo intervalo de idades com maior número de inscritos é entre os 45 e os 54 anos. Mais uma vez é notável que a Xistarca tem um público alvo pouco jovem com apenas cerca de 5% inscritos com menos de 25 anos, um aspeto negativo que necessita de ser trabalhado.

**Gráfico 8 - Público-alvo dos eventos da Xistarca**



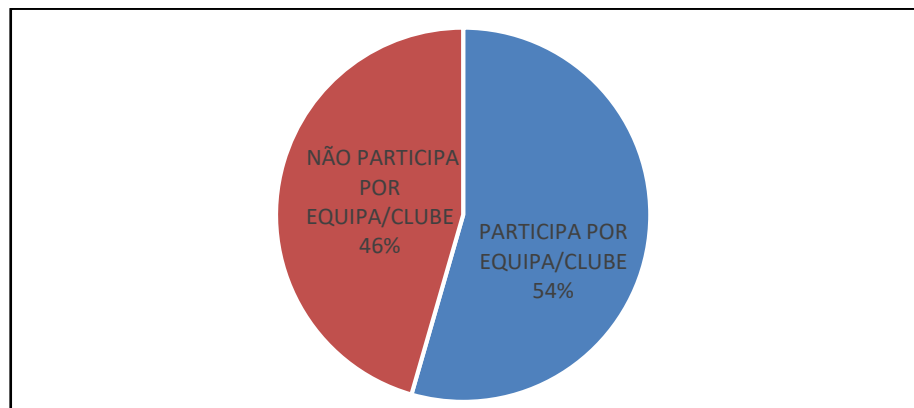
*Nota.* Dados demográficos agregados sobre as pessoas que participaram na Meia Maratona dos Descobrimentos 2018 com base nas informações de idade e género. Fonte: Retirado de “Gestão de Eventos” de Prozis, 2018.

Um dado interessante é a notável diferença entre a participação de pessoas dos sexos masculino e feminino, com maior participação do primeiro. A superioridade de participantes homens é observada em todas as faixas etárias a exceção da primeira que representa menos que 1% do público analisado. Em muitas das faixas etárias, como por exemplo a de 45 a 54 anos, a participação de homens representa 20,72% e de mulheres apenas 6,77%, uma diferença superior ao dobro. Este é um dado que deve ser combatido e pode ser melhorado através de vantagens para o público feminino.

Os dados analisados vão ao encontro de dados do estudo de Ferreira (2014), em que cerca de 38,8% dos praticantes de corrida portugueses são do escalão entre os 35 e 44 anos. No entanto este autor observou que o segundo escalão com maior representatividade de praticantes de corrida é entre os 25 e 34 anos, enquanto no Gráfico 8 o grupo etário de entre 45 e 54 anos é o

segundo maior representado. Uma explicação poderá ser o fato de muitos dos praticantes de corrida deste escalão apesar de praticarem, não participarem em eventos de corrida.

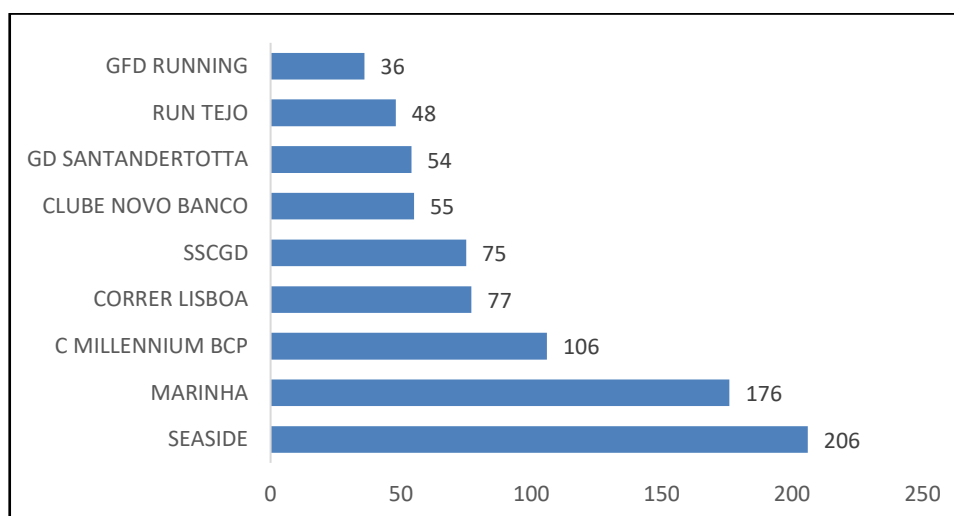
### Gráfico 9 – Comparação entre inscritos em equipa ou individualmente



*Nota.* Dados do campo equipa agregados sobre as pessoas que participaram na Meia Maratona dos Descobrimentos 2018. Fonte: Retirado de “Gestão de Eventos” de Prozis, 2018.

Ainda neste evento, entre os 5483 inscritos foram representados 680 grupos de corrida e 54% dos inscritos pertenciam a algum desses. Cada vez mais surgem grupos de corrida de lazer que acabam por juntar grandes números de pessoas essencialmente para treinarem, acabando por participar nos eventos coletivamente. Este fenómeno é bastante visível nos eventos da Xistarca, exemplo disso é a percentagem obtida no Gráfico 9 e também os dados do Gráfico 10. Neste último é possível observar as dez maiores equipas inscritas no evento em análise, onde curiosamente a primeira (Seaside) não é um caso típico, pois trata-se das inscrições oferecidas a um dos patrocinadores que acabaram por ser feitas como equipa, ainda que não seja o caso. No entanto todas as outras representam equipas que participam habitualmente noutros eventos e treinam muitas vezes juntas contando com muitos associados.

**Gráfico 10 – Top 10 de equipas inscritas na MMD 2018**



*Nota.* Número de inscritos nas dez maiores equipas da Meia Maratona dos Descobrimentos 2018. Fonte: Retirado de “Gestão de Eventos” de Prozis, 2018.

O caso da aposta das empresas bancárias em juntarem os seus funcionários em eventos de corrida parece ser um sucesso, pois o Millennium BCP, a Caixa Geral de Depósitos, o Novo Banco e o Santander Totta têm as suas equipas desportivas neste top 10 (Gráfico 10). Esta parece ser uma forma de Team Building, onde se promove o trabalho de equipa, a coesão e o convívio entre os membros da organização ao mesmo tempo que pratica atividade física e se promove a saúde e qualidade de vida.

Este fenómeno parece uma ótima oportunidade para a Xistarca, pois criando boas relações com os grupos de corrida através de condições especiais, o interesse destes em participar nos eventos poderá aumentar consideravelmente, assim como dos seus associados. Em alguns casos isso já acontece, pois por exemplo o grupo de corrida do Millennium BCP ao inscrever-se paga sempre as inscrições ao preço mais baixo, independentemente da data de inscrição.

## 4. ORGANIZAÇÃO DE UM EVENTO DESPORTIVO

O planeamento e organização de um evento é um processo complexo que envolve tarefas e recursos humanos bastante diversos. De seguida é feito um breve resumo das tarefas associadas a organização de um evento desportivo, nomeadamente na área das Corridas.

Os eventos da Xistarca podem ser próprios da empresa ou, na maior parte dos casos, propostos por um cliente (empresas, clubes, câmaras municipais, freguesias, instituições/associações, etc). Neste último caso, a fase inicial é a reunião com o cliente onde é feita uma apresentação da Xistarca, dos seus eventos e parceiros de renome e de algumas estatísticas relacionadas com os eventos. Neste momento percebe-se aquilo que o cliente deseja e propõe-se um projeto adequado, assim como se esclarecem todas as dúvidas que possam existir. Numa primeira ou segunda reunião devem ser definidos aspetos como o nome do evento, o local e percurso, a data e o horário, uma estimativa do número de participantes que se pretende alcançar, o que constituirá o kit de participante (opções como t-shirt técnica ou de algodão, medalha, sacos/mochila e outros brindes) e os meios de divulgação que serão usados. Muito importante é também explicar ao cliente detalhadamente os custos associados à organização do evento, tais como as licenças necessárias, o custo da polícia para que haja segurança ao longo do percurso, o apoio médico necessário, assim como os recursos materiais e humanos. Caso o evento seja produzido somente pela Xistarca os passos são os mesmos, exceto a reunião que deverá ser a nível interno da empresa e onde se dispensam as apresentações e algumas explicações.

Após esta primeira fase deve proceder-se à homologação do evento onde têm que se realizar várias tarefas: (1) preenchimento de formulários (ocupação do espaço público, licença do ruído, apoio não financeiro para provas sem fins lucrativos) e entrega na respetiva Câmara Municipal; (2) realização do mapa descritivo do evento com distribuição do material nas várias zonas - partida, chegada e abastecimentos; (3) pedido de parecer para a PSP (Polícia de Segurança Pública); (4) pedido de parecer (se aplicável) a outras entidades como por exemplo Porto de Lisboa e Capitania Marítima no caso do evento ser no Passeio Marítimo; (5) realização do regulamento técnico da prova; (6) entrega do mesmo e pedido de homologação na respetiva Associação de Atletismo, por exemplo em Lisboa será na Associação de Atletismo de Lisboa (AAL); (7) pedido de distância exata de percurso, se requerido pelo cliente, à Federação

Portuguesa de Atletismo; (8) contactos com entidades oficiais com vista à homologação da prova, como por exemplo a Associação Europeia de Atletismo.

Além disto existem também muitas outras tarefas relacionadas com a organização técnica, anteriores ao evento, tais como (1) abertura do site do evento e/ou abertura do evento no website da empresa; (2) medição do percurso; (3) produção da imagem comunicacional do evento; (4) divulgação do evento nas redes sociais e diversos meios de comunicação; (5) produção de flyers do evento; (6) abertura de inscrições na plataforma; (7) disponibilização do regulamento online; (8) contratação do acompanhamento policial; (9) contratação de apoio médico; (10) contratação ou parceria com uma equipa de massagistas; (11) aluguer de sanitários; (12) produção e encomenda das t-shirts, sacos/mochila medalhas, troféus, lonas publicitárias do evento, brindes e outros materiais necessários e respetivo encaminhamento do matéria para a empresa de estampagem; (13) aluguer de grades ou requisição das mesmas a uma entidade pública, se necessário; (14) organização do material necessário e distribuição do mesmo pelos meios de transporte; (15) realização de um cronograma de tarefas para enviar ao staff de forma a que cada colaborador saiba rigorosamente onde, quando e o que vai fazer antes, durante e após o evento; (16) tratamento das inscrições recebidas e respetiva produção de dorsais e chips; (17) organização da entrega do kit de participante aos participantes; (18) acreditação; (19) possível angariação de atletas de elite para a corrida; (20) angariação de patrocinadores; (21) realização do controlo de despesas e receitas. Além disto tem que se assegurar a existência de um Seguro Desportivo Obrigatório para todos os participantes do evento e do Seguro de Responsabilidade Civil.

Existem serviços essenciais para garantir a segurança dos participantes, tais como a supervisão médica, e por isso, é também aconselhável que a organização tenha colaboradores no evento treinados para situações de emergência (Moore, 1982).

Além disso existem alguns aspetos facultativos na organização deste tipo de eventos, tais como a entrega de prémios monetários, que atraem melhores atletas, mais espetadores e mais patrocinadores (Lynch & Zax, 2000). Alguns dos praticantes mais competitivos correm para se testar, enfrentar desafios pessoais ou ganhar troféus, e por isso os prémios e troféus entregues podem influenciar bastante a qualidade do evento na opinião destes participantes (Shipway, 2012). Também existe a possibilidade de atletas de elite serem pagos para participar em eventos de corrida, algo bastante comum e que parece ser uma vantagem, pois desperta o interesse dos

atletas amadores, uma vez que vão ter a oportunidade de correr ao lado de atletas internacionais e possivelmente de disputar a prova com estes (Lynch & Zax, 2000; Shipway, 2012).

No dia do evento a primeira missão são as montagens da zona de partida, zona de chegada, da zona de entrega do kit participante, o percurso, os abastecimentos e o controlo de cronometragem, se for caso disso. Estas montagens envolvem habitualmente pódios metálicos e/ou insufláveis, backdrop, correntes de grades, tendas, mesas, cadeiras, pinos, marcação de percurso com spray, placas indicativas, fita balizadora, pódio, palco, sistema de cronometragem, relógios de cronometragem, marquesas e produtos de massagem, computadores, geradores, extensões de eletricidade e equipamento de som.

Durante o evento os colaboradores encarregam-se de várias tarefas: entrega do kit participante; bengaleiro; organização da partida; abastecimentos de água, de isotónicos e/ou de comida; reportagem fotográfica; controlo da cronometragem dos participantes e publicação dos resultados e classificações finais para posterior entrega de prémios; acompanhamento da corrida com carro relógio; indicação do percurso ao longo do mesmo; entrega de medalhas; e speaker. Importa referir que é essencial existir um responsável pela coordenação dos colaboradores para que tudo funcione da forma mais eficaz. Após a chegada do último participante e o fim da entrega dos troféus, todos os colaboradores realizam as desmontagens de forma que todo o material seja armazenado no local habitual.

Após o evento são publicados os resultados e diplomas no website da Xistarca, o material técnico utilizado é organizado num armazém, as fotos do evento são divulgadas na página de Facebook, o vídeo de chegada dos participantes é divulgado no Youtube e, finalmente, é feito um relatório detalhado com os pontos positivos e negativos para que numa próxima edição se melhore naquilo que for possível e se relembre o que foi bem feito. Além disso é necessário realizar as contas finais do evento com as receitas das inscrições discriminadas, assim como as despesas dos vários serviços contratados.

É importante a existência de uma reunião final com o cliente de forma a “encerrar” o evento e partilhar as opiniões sobre como decorreu, o que pode ser melhorado e a continuação do mesmo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estágio curricular foi supervisionado pela Professora Doutora Ana Maria Peixoto Naia, da Faculdade de Motricidade Humana, e orientado pelo Professor Miguel Abreu, da Xistarca, Promoções e Publicações Desportivas Lda. e teve como objetivo estratégico o desenvolvimento das minhas competências na área do planeamento, gestão e organização de eventos desportivos. Estes objetivos contemplaram o desenvolvimento de atividades de gestão administrativa, de marketing e de operações. Ao longo do trabalho desenvolvido surgiram desafios e problemas que me levaram a diversas aprendizagens não só na área de gestão e planeamento, mas também a nível de softwares e questões operacionais. O fato de já ter colaborado anteriormente nos eventos da empresa e de ter a confiança do metodólogo permitiu-me desempenhar tarefas mais complexas e interessantes do que aquilo que acontece habitualmente em estágios. No entanto, parece-me que a duração do estágio poderia ser maior. Resumidamente os objetivos foram cumpridos e tiveram repercussões ao nível da melhoria de competências, mas estas poderiam ter sido ainda maiores se o estágio fosse mais longo.

Através desta experiência conheci o mundo da corrida e dos seus praticantes. Esta é um fenómeno global, caracterizada pelo mundo social que é gerado pelos corredores, pelas experiências sociais que estes vivem na corrida e pelas relações entre corredores, muitas vezes com grandes níveis de amizade (Shipway, 2012). Para muitos corredores o clube ou grupo de corrida é fundamental para a experiência devido ao aspeto social, e só por isso começaram e/ou continuam a praticar atividade física. Este é um fenómeno cada vez mais presente em Portugal e nos eventos desportivos da Xistarca que têm grande participação destes grupos de corrida de lazer que continuam a crescer e a ultrapassar o pequeno número de atletas federados que participam. Este é um dado que deve ser cada vez mais considerado no sentido de criar condições especiais para este tipo de grupos e atrair mais dos seus associados.

Ao longo do estágio apercebi-me de algumas das problemáticas presentes nos eventos de corrida. Um dos casos está ligado à idade média dos participantes que é bastante elevada notando-se uma clara falta de participação de atletas com menos de 30 anos. Mas não só em Portugal que se observa isso, pois em São Paulo 70% dos participantes estão acima da faixa etária dos 40 anos (Salgado & Chacon-Mikahil, 2006). Tal como nos Estados Unidos, onde um estudo concluiu que a idade média dos participantes em Maratonas é de 38,8 anos (Wicker et al., 2012). Ainda no mesmo estudo concluiu-se que existe grande predominância de homens

(67,2%), um dado que mostra semelhanças àquilo que acontece também em Portugal. Assim devem ser procuradas estratégias para alcançar, não só um público mais jovem, mas também mais participantes do sexo feminino.

Nos dias de hoje, é inevitável que as empresas demonstrem consciência a nível ambiental na organização de mega eventos (Correia et al., 2014) e nesse seguimento a grande pegada ecológica causada pelos eventos surge como outra problemática encontrada. Parece-me urgente que num futuro próximo se encontrem medidas para combater isto, como por exemplo, que evitem o uso de milhares de garrafas de água de plástico em cada evento sem afetar a satisfação do cliente.

Através da análise SWOT realizada surgem algumas sugestões de melhoria dentro da empresa, essencialmente um maior investimento na área do marketing e maior inovação nos processos de logística, assim como nos eventos. Uma das melhorias que tentei implementar foi o adiamento de processos como a produção de chips e dorsais para os eventos, de forma a que no final da semana não existisse uma sobrecarga de trabalho.

Ao longo do estágio senti algumas dificuldades, nomeadamente em implementar diferentes formas de realizar processos logísticos para tentar torná-los mais eficazes. Devido a alguns processos serem realizados da mesma forma há anos parece existir uma ideia conservadora em relação à mudança e inovação. No entanto ao testar as ideias e demonstrar que poderiam facilitar consegui implementar algumas.

Os eventos desportivos têm um papel cada vez mais relevante no desenvolvimento das cidades e dos países, e por isso surgem cada vez mais pessoas, organizações, instituições públicas e cursos superiores dedicados a esta área.

“A dimensão atingida pelo evento desportivo no quotidiano da sociedade atual, tem justificado o crescimento exponencial da sua complexidade e dos meios necessários à sua produção, o que acabou por forçar não só as organizações desportivas tradicionais como as empresas públicas e privadas criadas para o efeito, a um nível de especificidade e “expertise” cada vez maior, capaz de encontrar as melhores soluções para as dificuldades que esta atividade passou a exigir.” (Sarmento, Pinto, Silva, et al., 2011, pp. 18)

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Axelsen, M., & Robinson, S. (2009). Race around the world: Identifying a research agenda for the distance runner. *Annals of Leisure Research*, 12(2), 236–257.
- Balbinotti, M., Gonçalves, G., Klering, R., Wiethaeuper, D., & Balbinotti, C. (2015). Perfis motivacionais de corredores de rua com diferentes tempos de prática. *Revista Brasileira de Ciências Do Esporte*, 37(1), 65–73.
- Bolotaeva, V., & Cata, T. (2010). Marketing opportunities with social networks. *Journal of Internet Social Networking and Virtual Communities*, 2010, 1-8.
- Carmack, M., & Martens, R. (1979). Measuring commitment to running: A survey of runners' attitudes and mental states. *Journal of Sport Psychology*, 1(1977), 25–42.
- Correia, A., Biscaia, R., & Menezes, V. (2014). *Lições de marketing do desporto*. Recife: Ed. Universitária da UFPE
- Cushman, D., Markert, M., & Rho, M. (2014). Performance trends in large 10-km road running races in the united states. *The Journal of Strength and Conditioning Research*, 28 (4), 892-901.
- Dionísio, P., Conceição, H., Leal, C., & Marcelo, A. (2016). *Avaliação do Impacto dos Grandes Eventos Desportivos em Lisboa / 2014/2015*. Lisboa. Consultado em [https://indeg.iscte-iul.pt/mediafiles/Evento\\_Avaliacao\\_do\\_Impacto\\_dos\\_Grandes\\_Eventos\\_Desportivos\\_em\\_Lisboa/16.01.12\\_Apresentacao\\_Estudo\\_Avaliacao\\_Impacto\\_Grandes\\_Eventos\\_Desportivos\\_em\\_Lisboa\\_14-15.pdf](https://indeg.iscte-iul.pt/mediafiles/Evento_Avaliacao_do_Impacto_dos_Grandes_Eventos_Desportivos_em_Lisboa/16.01.12_Apresentacao_Estudo_Avaliacao_Impacto_Grandes_Eventos_Desportivos_em_Lisboa_14-15.pdf)
- Emery, P. (2010). Past, present, future major sport event management practice: The practitioner perspective. *Sport Management Review*, 13(2), 158–170.
- European Athletics (2018). *Apresentação dos padrões*. Consultado a 18 de janeiro de 2019, disponível em <http://www.european-running4all.org/pt/standards/>
- Facebook (2018). Gostos. *Facebook Insights*. Consultado a 20 de outubro de 2018, disponível em <https://www.facebook.com/Xistarca1986/insights>

- Facebook (2018). Seguidores. *Facebook Insights*. Consultado a 20 de outubro de 2018, , disponível em <https://www.facebook.com/Xistarca1986/insights>
- Faculdade de Motricidade Humana (2018). *Gestão do Desporto*. Consultado a 22 de janeiro de 2019, disponível em <http://www.fmh.ulisboa.pt/pt/licenciaturas/gestao-do-desporto>
- Fernandes, A. (2013). *Cem Anos de Maratona em Portugal*. Lisboa: Xistarca, Ed.
- Ferreira, M. (2014, setembro). Prática de corrida em Portugal. *VI Congresso Internacional de Corrida 2015*. Organizado pela Federação Portuguesa de Atletismo, em Lisboa.
- Fotiadis, A., Vassiliadis, C., & Sotiriadis, M. (2016). The preferences of participants in small-scale sport events : A conjoint analysis case study from Taiwan. *Tourism Original Scientific Paper*, 64(2), 175–187.
- IAAF. (2018). *IAAF Competition Rules 2018-2019*. Consultado a 1 de dezembro de 2018, disponível em <https://www.iaaf.org/about-iaaf/documents/rules-regulations>.
- Instagram (2019). Estatísticas. Consultado a 20 de janeiro de 2019, disponível em <https://www.instagram.com/xistarca/>
- Lima, J. (2017). Calendário de Provas. Consultado a 1 de maio de 2018, disponível em [https://www.joaolima.net/Proximas\\_provas.htm](https://www.joaolima.net/Proximas_provas.htm)
- Lynch, J., & Zax, J. (2000). The Rewards to Running: Prize Structure and Performance in Professional Road Racing. *Journal of Sports Economics*, 1(4), 323–340.
- Moore, M. (1982). What Are We Learning From Road Races? *The Physician and Sportsmedicine*, 10(8), 151–157.
- Oliveira, S. (2010). *Lazer Sério e Envelhecimento: loucos por corrida*. (Dissertação de Pós-Graduação) Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Parent, M. (2008). Evolution and Issue Patterns for Major-Sport-Event Organizing Committees and Their Stakeholders. *Journal of Sport Management*, 22(2), 135–164.
- Pereira, E., Mascarenhas, M., Flores, A., & Pires, G. (2012). Alavancagem estratégica na gestão de eventos desportivos: a importância do desenho da investigação. *Revista*

*Intercontinental de Gestão Desportiva*, 2, 45–55.

- Pires, G., & Lopes, J. (2001). Conceito de Gestão do Desporto. Novos Desafios, diferentes soluções. *Revista Portuguesa de Ciências Do Desporto*, 2001(1), 88–103.
- Pitts, B., Fielding, L., & Miller, L. (1994). Industry segmentation theory and the sport industry: Developing a sport industry segment model. *Sport Marketing Quarterly*, 3(1), 15–24.
- Pitts, B., & Stotlar, D. (2002). *Fundamentos Marketing Esportivo*. São Paulo: Phorte Editora
- Prozis (2018). Gestão de Eventos. *Prozis*. Consultado a 3 de dezembro de 2018, disponível em <https://www.prozis.com/pt/pt/sports-events-dash/index>
- Rojo, J. (2014, setembro). Corridas de rua, sua história e transformações. *VII Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte*. Organizado pelo Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte em Matinhos.
- Rojo, J., Starepravo, F., Mezzadri, F., & Silva, M. (2017). Corrida De Rua: Reflexões Sobre O “Universo” Da Modalidade. *Revista Corpoconsciência*, 21(3), 82–96.
- Sage One (2015). *O Que é o Ficheiro SAFT?*. Consultado a 18 de janeiro de 2019, disponível em <https://www.sageone.pt/2014/06/09/o-que-e-o-ficheiro-saft/>
- Salgado, J. , & Chacon-Mikahil, M. (2006). Corrida de Rua: análise do crescimento do numero de provas e de praticantes. *Conexões: Revista Da Faculdade de Educação Física Da UNICAMP*, 4(1), 90–99.
- Santos, M. (2017). *Prevalência e características sociodemográficas dos praticantes de corrida em Portugal* (Dissertação de Mestrado). Universidade de Lisboa - Faculdade de Motricidade Humana, Lisboa.
- Sarmiento, J., Pinto, A., Costa, C., & Silva, C. (2011). O evento desportivo como factor de desenvolvimento. *Revista Internacional de Gestão Desportiva*, 1(1), 1–14.
- Sarmiento, J., Pinto, A., Silva, C., & Pedroso, C. (2011). O Evento Desportivo: Etapas, Fase e Operações. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 1(2).
- Scheerder, J., Breedveld, K., & Borgers, J. (2015). Who Is Doing a Run with the Running

Boom? *Running across Europe - The Rise and Size of one of the Largest Sport Markets* (pp. 1–27). Palgrave Macmillan, London.

Shipway, R., Holloway, I., & Jones, I. (2012). Organisations, practices, actors, and events: Exploring inside the distance running social world. *International Review for the Sociology of Sport*, 48(3), 259-276.

Statista. (2015, Maio). Growth of marathon running participation between 2009 and 2014 in BRIC countries. *Statista - The Statistics Portal*. Consultado em <https://www.statista.com/statistics/745114/marathon-running-participation-growth-in-bric-countries>

Statista. (2016, Outubro). Endurance sports sponsorship spending worldwide from 2011 to 2016. *Statista - The Statistics Portal*. Consultado em <https://www.statista.com/statistics/509364/endurance-sports-sponsorship-spending-worldwide/>

Statista. (2017, Março). Number of running events in the U.S. from 2012 to 2016, by distance of race. *Statista - The Statistics Portal*. Consultado em <https://www.statista.com/statistics/280485/number-of-running-events-united-states/>

Vieira, J. (2015). *Eventos e Turismo - Planeamento e Organização* (pp. 15–24). Lisboa: Ed. Sílabo.

Wicker, P., Hallmann, K., & Zhang, J. (2012). What is influencing consumer expenditure and intention to revisit? An investigation of marathon events. *Journal of Sport & Tourism*, 17(3), 165–182.

Xistarca (2018) Desde 1986 em Eventos Desportivos (Website). Consultado a 7 de outubro de 2018, disponível em <http://xistarca.pt/>

## **ANEXOS**

Anexo 1 – Certidão Permanente

Anexo 2 – Contrato de Estágio

Anexo 3 – Manual de Procedimentos

Anexo 4 – Certificado de Formação

Anexo 5 – Convocatórias Eventos

Anexo 6 – Relatórios pós eventos

Anexo 7 – Apresentação Xistarca em A5

Anexo 8 – Exemplos de Publicações nas Redes Sociais

Anexo 9 – Ficheiro Excel das Estatísticas dos Eventos 2017/2018

# Anexo 1 – Certidão Permanente

20/02/2019

Portal da Empresa

Acesso à Certidão Permanente



Sair



## Certidão Permanente

**A entrega deste código a qualquer entidade pública ou privada dispensa a apresentação de uma certidão em papel. (artº 75º, nº5 do Código do Registo Comercial)**

Matrícula

**NIPC:** 501952012

**Firma:** XISTARCA, PROMOÇÕES E PUBLICAÇÕES DESPORTIVAS LDA

**Natureza Jurídica:** SOCIEDADE POR QUOTAS

**Sede:** Calçada da Tapada, 71-A

Distrito: Lisboa Concelho: Lisboa Freguesia: Alcântara

1300 546 LISBOA

**Objecto:** Promoção e apoio de organizações e competições de âmbito desportivo, comercialização, incluindo a importação e a exportação de produtos de âmbito desportivo, edição de publicações desportivas e de educação física, ensino e formação desportivos

**Capital:** 249.398,95 Euros

**CAE Principal:** 93192-R3

**CAE Secundário (1):** 58140-R3

**Data do Encerramento do Exercício:** 31 Dezembro

**Forma de Obrigar:** Com a assinatura de qualquer um dos gerentes

**Órgãos Sociais/Liquidatário/Administrador ou Gestor Judicial:**

GERÊNCIA:

Nome: MANUEL ANTONIO DA SILVA DE CAMPOS

NIF/NIPC: 124122710

Cargo: Gerente

**Conservatória onde se encontram depositados os documentos:** Conservatória do Registo Comercial de Lisboa - 3ª Secção  
Corresponde à anterior matrícula nº 67910/19880302 na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa - 3ª Secção

Os elementos constantes da matrícula não dispensam a consulta das inscrições e respectivos averbamentos e anotações porquanto são estes que definem a situação jurídica da entidade.

Inscrições - Averbamentos - Anotações

### Insc.1 EXTRACTO ACTUALIZADO - CONTRATO DE SOCIEDADE E DESIGNAÇÃO DE MEMBRO(S) DE ÓRGÃO(S) SOCIAL(AIS)

FIRMA: XISTARCA, PROMOÇÕES E PUBLICAÇÕES DESPORTIVAS LDA

NIPC: 501952012

NATUREZA JURÍDICA: SOCIEDADE POR QUOTAS

SEDE: CALÇ DA TAPADA 67 - A

Distrito: Lisboa Concelho: Lisboa Freguesia: Alcântara

1300 LISBOA

OBJECTO: Promoção e apoio de organizações e competições de âmbito desportivo, comercialização, incluindo a importação e a exportação de produtos de âmbito desportivo, edição de publicações desportivas e de educação física, ensino e formação desportivos

CAPITAL : 249.398,95 Euros

SÓCIOS E QUOTAS:

QUOTA : 243.912,17 Euros

TITULAR: Manuel António da Silva de Campos

Estado civil : Casado(a)

Nome do cónjuge: Ângela Viegas Nunes

Regime de bens : Comunhão de adquiridos

QUOTA : 5.486,78 Euros

TITULAR: Ângela Viegas Nunes

Estado civil : Casado(a)

Nome do cónjuge: Manuel Anónimo da Silva de Campos

Regime de bens : Comunhão de adquiridos

FORMA DE OBRIGAR/ÓRGÃOS SOCIAIS:

Forma de obrigar: Com a assinatura de qualquer um dos gerentes

ÓRGÃO(S) DESIGNADO(S):

GERÊNCIA:

<p>Manuel António da Silva Campos</p> <p>Ângela Viegas Nunes</p> <p>Ext. das insc. 01, 04(publicada no DR de 1993.04.12), 05(publicada no DR de 1994.11.15), 07(publicada no DR de 2001.02.21) e 08</p> <p>Conservatória do Registo Comercial de Lisboa - 3ª Secção O(A) Adjunto(a) do Conservador, Bárbara Solange Matos Ferreira Barreto</p> <p><b>Av.1 AP. 25/20091218 13:02:17 UTC - CESSAÇÃO DE FUNÇÕES DE MEMBRO(S) DO(S) ORGÃO(S) SOCIAL(AIS)(ONLINE)</b></p> <p>GERÊNCIA:</p> <p>Nome/Firma: Ângela Viegas Nunes NIF/NIPC: 130787523 Residência/Sede: Rua Artur Moura, nº 13-D 2740 - 021 Porto Salvo Causa: Renúncia Data: 03 de Novembro de 2009</p> <p>Conservatória do Registo Comercial R.N.P.C. O(A) Ajudante, João Brito</p> <p><b>An. 1 - 20091223 - Publicado em <a href="http://www.mj.gov.pt/publicacoes">http://www.mj.gov.pt/publicacoes</a>.</b> Conservatória do Registo Comercial R.N.P.C. O(A) Ajudante, João Brito</p>
<p><b>Insc.2 AP. 24/20060407 - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL</b></p> <p>Ano da Prestação de Contas: 2004</p> <p>Conservatória do Registo Comercial de Lisboa - 3ª Secção O(A) Conservador(a), Carlos Manuel Santana Vidigal</p> <p><b>An.1 20060419 - Publicado em 2006.04.17 no sítio <a href="http://www.mj.gov.pt/publicacoes">http://www.mj.gov.pt/publicacoes</a>.</b></p> <p>Conservatória do Registo Comercial de Lisboa - 3ª Secção O(A) Ajudante, Ana Maria Dinis Paiva Ribeiro</p>
<p><b>Insc.3 AP. 43/20060908 - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL</b></p> <p>Ano da Prestação de Contas: 2005</p> <p>Requerente: a sociedade</p> <p>Conservatória do Registo Comercial de Lisboa - 3ª Secção O(A) Adjunto(a) do Conservador, Bárbara Solange Matos Ferreira Barreto</p> <p><b>An. 1 - 20061128 - Publicado em <a href="http://www.mj.gov.pt/publicacoes">http://www.mj.gov.pt/publicacoes</a>.</b></p> <p>Conservatória do Registo Comercial de Lisboa - 3ª Secção O(A) Adjunto(a) do Conservador, Bárbara Solange Matos Ferreira Barreto</p>
<p><b>Insc.4 AP. 33/20120419 21:46:02 UTC - ALTERAÇÕES AO CONTRATO DE SOCIEDADE(ONLINE)</b></p> <p>Artigo(s) alterado(s): 2º</p> <p>Conservatória do Registo Comercial de Sintra O(A) Ajudante, em substituição, Cristina Paula Pires Rosa</p> <p><b>An. 1 - 20120420 - Publicado em <a href="http://www.mj.gov.pt/publicacoes">http://www.mj.gov.pt/publicacoes</a>.</b> Conservatória do Registo Comercial de Sintra O(A) Ajudante, em substituição, Cristina Paula Pires Rosa</p>
<p><b>Insc.5 AP. 28/20121227 14:39:38 UTC - ALTERAÇÕES AO CONTRATO DE SOCIEDADE(ONLINE)</b></p> <p>Artigo(s) alterado(s): 1º</p> <p>SEDE: Rua Glória Barata Rodrigues, 237, Quinta de Santo António Distrito: Leiria Concelho: Leiria Freguesia: Marrazes 2415 - 577 Leiria Data de Encerramento do Exercício : 31 Dezembro</p> <p>Conservatória do Registo Comercial de Coimbra O(A) Ajudante, Ana Margarida Franco Pereira Duarte</p> <p><b>An. 1 - 20121228 - Publicado em <a href="http://www.mj.gov.pt/publicacoes">http://www.mj.gov.pt/publicacoes</a>.</b> Conservatória do Registo Comercial de Coimbra O(A) Ajudante, Ana Margarida Franco Pereira Duarte</p> <p><b>Av.1 OF. 20131209 - ACTUALIZADO</b></p> <p>Distrito: Leiria Concelho: Leiria Freguesia: Marrazes e Barosa</p> <p>Conservatória do Registo Comercial de Leiria O(A) Ajudante, Helena Maria dos Santos Mota</p> <p><b>An. 1 - 20131209 - Publicado em <a href="http://www.mj.gov.pt/publicacoes">http://www.mj.gov.pt/publicacoes</a>.</b> Conservatória do Registo Comercial de Leiria O(A) Ajudante, Helena Maria dos Santos Mota</p>
<p><b>Insc.6 AP. 10/20171012 12:24:49 UTC - ALTERAÇÕES AO CONTRATO DE SOCIEDADE(ONLINE)</b></p> <p>Artigo(s) alterado(s): 1º</p> <p>SEDE: Calçada da Tapada, 71-A</p>

Distrito: Lisboa Concelho: Lisboa Freguesia: Alcântara  
1300 - 546 LISBOA

Conservatória do Registo Comercial Vila Nova de Gaia  
O(A) Ajudante, Elsa Teixeira Soares

**An. 1 - 20171012 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>.**  
Conservatória do Registo Comercial Vila Nova de Gaia  
O(A) Ajudante, Elsa Teixeira Soares

## Menções de Depósito - Anotações

**Menção DEP 6553/2007-08-31 12:12:11 UTC - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL**

Ano da Prestação de Contas: 2006

Requerente e Responsável pelo Registo: *XISTARCA PROMOCOES E PUBLICACOES  
DESPORTIVAS LDA*  
*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**An. 1 - 20070831 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>**

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**Menção DEP 5315/2008-07-01 19:58:45 UTC - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL**

Ano da Prestação de Contas: 2007

Requerente e Responsável pelo Registo: *XISTARCA PROMOCOES E PUBLICACOES  
DESPORTIVAS LDA*  
*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**An. 1 - 20080701 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>**

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**Menção DEP 7636/2009-08-05 19:16:18 UTC - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL**

Ano da Prestação de Contas: 2008

Requerente e Responsável pelo Registo: *XISTARCA PROMOCOES E PUBLICACOES  
DESPORTIVAS LDA*  
*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**An. 1 - 20090805 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>**

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**Menção DEP 5724/2010-07-19 20:06:13 UTC - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL**

Ano da Prestação de Contas: 2009

Requerente e Responsável pelo Registo: *XISTARCA PROMOCOES E PUBLICACOES  
DESPORTIVAS LDA*  
*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**An. 1 - 20100719 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>**

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**Menção DEP 6522/2011-10-06 20:57:33 UTC - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL**

Ano da Prestação de Contas: 2010 (2010-01-01 a 2010-12-31)

Requerente e Responsável pelo Registo: *XISTARCA PROMOCOES E PUBLICACOES  
DESPORTIVAS LDA*  
*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**An. 1 - 20111006 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>**

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**Menção DEP 5881/2012-07-31 21:54:19 UTC - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL**

Ano da Prestação de Contas: 2011 (2011-01-01 a 2011-12-31)

Requerente e Responsável pelo Registo: *XISTARCA PROMOCOES E PUBLICACOES  
DESPORTIVAS LDA*  
*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**An. 1 - 20120731 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>**

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**Menção DEP 5734/2013-07-22 21:15:36 UTC - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL**

Ano da Prestação de Contas: 2012 (2012-01-01 a 2012-12-31)

Requerente e Responsável pelo Registo: *XISTARCA PROMOCOES E PUBLICACOES  
DESPORTIVAS LDA*  
*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**An. 1 - 20130722 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>**

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º. 8/2007 de 17 Janeiro*

**Menção DEP 4783/2014-07-18 21:10:35 UTC - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL**

Ano da Prestação de Contas: 2013 (2013-01-01 a 2013-12-31)

Requerente e Responsável pelo Registo: *XISTARCA PROMOCOES E PUBLICACOES  
DESPORTIVAS LDA*

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º, 8/2007 de 17 Janeiro*

**An. 1 - 20140718 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>**

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º, 8/2007 de 17 Janeiro*

**Menção DEP 4249/2015-07-18 21:38:10 UTC - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL**

Ano da Prestação de Contas: 2014 (2014-01-01 a 2014-12-31)

Requerente e Responsável pelo Registo: *XISTARCA PROMOCOES E PUBLICACOES DESPORTIVAS LDA*

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º, 8/2007 de 17 Janeiro*

**An. 1 - 20150718 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>**

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º, 8/2007 de 17 Janeiro*

**Menção DEP 2999/2016-07-19 23:37:32 UTC - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL**

Ano da Prestação de Contas: 2015 (2015-01-01 a 2015-12-31)

Requerente e Responsável pelo Registo: *XISTARCA PROMOCOES E PUBLICACOES DESPORTIVAS LDA*

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º, 8/2007 de 17 Janeiro*

**An. 1 - 20160719 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>**

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º, 8/2007 de 17 Janeiro*

**Menção DEP 3740/2017-07-25 22:19:46 UTC - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL**

Ano da Prestação de Contas: 2016 (2016-01-01 a 2016-12-31)

Requerente e Responsável pelo Registo: *XISTARCA PROMOCOES E PUBLICACOES DESPORTIVAS LDA*

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º, 8/2007 de 17 Janeiro*

**An. 1 - 20170725 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>**

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º, 8/2007 de 17 Janeiro*

**Menção DEP 1978/2018-07-10 22:39:13 UTC - PRESTAÇÃO DE CONTAS INDIVIDUAL**

Ano da Prestação de Contas: 2017 (2017-01-01 a 2017-12-31)

Requerente e Responsável pelo Registo: *XISTARCA PROMOCOES E PUBLICACOES DESPORTIVAS LDA*

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º, 8/2007 de 17 Janeiro*

**An. 1 - 20180710 - Publicado em <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>**

*Menção realizada nos termos do Decreto-Lei n.º, 8/2007 de 17 Janeiro*

Certidão permanente subscrita em 26-11-2018 e válida até 26-11-2019

Fim da Certidão

**Nota Importante:**

Não necessita de imprimir este documento. Pode dar o código de acesso a qualquer entidade pública ou privada, sempre que precise de apresentar uma certidão de registo comercial.

[Voltar](#) [Sair](#)

## Anexo 2 – Contrato de Estágio

*Estágios M Gestão do Desporto - 2018*

**U LISBOA**

UNIVERSIDADE  
DE LISBOA

**f MH** FACULDADE DE MOTRICIDADE HUMANA

### Estágios em Gestão do Desporto

*- Ano de 2017 – 2018 -*

### *Contratualização de Estágio*

(ficha)

N.º	Instituições e Representantes Envolvidos		Metodólogo e outros contactos
I	Instituição Receptora (nome e endereço)	Xistarca (Calçada da Tapada, 71A, 1349-012 LISBOA)	
II	Estudante Colocado	Daniela Ribeiro Saavedra	
III	Secção ou cargo-função	Organização e Planeamento de Eventos Desportivos	
IV	Orientador Faculdade	Professora Ana Naia	
	Metodólogo Local de Estágio	Miguel Lagos de Abreu (miguell.abreu@xistarca.pt)	

V	Instituição de Acolhimento	Local de Estágio – Departamento ou Secção	Xistarca – Eventos Desportivos			
		Objetivos do Estágio	1. Desenvolver competência de planeamento e organização de eventos desportivos. 2. Inovar no planeamento e realização de eventos desportivos. 3. Desenvolver competência de gestão de recursos humanos.			
		Funções a desempenhar (cargos ou tarefas)	1	Planeamento de eventos desportivos.		
			2	Organização de eventos desportivos no terreno.		
			3	Atendimento ao cliente.		
		Decorrência	Início	05/02/2018	Duração Total: 520h	
			Decorrência oficial	05/02/2018		
	Conclusão	06/05/2018				
Metodologias e Recursos	Acompanhamento no planeamento e organização dos eventos desportivos. Recursos Humanos inerentes à Xistarca: trabalhadores, colaboradores, estagiários, patrocinadores e clientes. Recursos Materiais: material necessário para os eventos desportivos (documentação, dorsais, flyers, lonas, etc.). Recursos Físicos: Sede da Xistarca; Armazém da empresa; Locais das provas.					
Outras considerações						
VI	Ações e Tarefas previstas	Ações Principais	1. Planeamento de eventos desportivos. 2. Organização de eventos desportivos no terreno.			
		Ações complementares	1. Atendimento ao cliente.			
		Outras considerações				
VII	Assinaturas	1 - Estagiário	<i>Daniela Ribeiro Saavedra</i>			
		2 - Orientador FMH	<i>Ana Naia</i>			
		3 - Metodólogo – Local de Estágio	<i>Miguel Lagos de Abreu</i>			

## Anexo 3 – Manual de Procedimentos



### MANUAL DE PROCEDIMENTOS

#### - Produção de Dorsais e Chips e preparação da entrega dos mesmos -

Tarefas obrigatórias a nível informático: (1) tratamento da base de dados dos inscritos no evento em ficheiro excel; (2) utilização do Software “Vidya” para carregar a base de dados de inscritos e, posteriormente, realizar a cronometragem da prova; (3) impressão das etiquetas para identificar todos os chips produzidos; (4) impressão das etiquetas para identificar os envelopes que no interior contêm os dorsais; (5) impressão de dorsais; (6) utilização do “Microsoft Access” para trabalhar a base de dados dos inscritos e extrair as equipas inscritas e respetivas composições; (7) Imprimir listagens de inscritos por prova.

Nas próximas páginas é feita uma explicação detalhada dos vários processos.

A primeira tarefa é criar uma pasta no Ambiente de Trabalho, com o nome do evento e o ano (Ex.: MM Descobrimientos 18) para que se possam organizar todos os documentos respetivos a um evento num só local. Após isto há uma sequência de tarefas que serão explicadas individualmente.

#### 1) Tratamento da Base de Dados de Inscritos em Ficheiro Excel

O ficheiro Excel com os dados das inscrições deve ser exportado em formato “Livro do Excel 97-2003” com as seguintes informações: Número de Dorsal; Nome; Data de Nascimento; Sexo; Nome no Dorsal; Tamanho da t-shirt; Cartão de Cidadão; Nome de Equipa. Após isto devem-se encurtar todos os nomes dos participantes, de modo a permanecer apenas o primeiro e último nome. A coluna “Número de Equipa” deve ser acrescentada e os números das respetivas equipas devem ser atribuídos manualmente, sendo que o número 500 é utilizado para todas as inscrições individuais. A numeração manual é baseada numa lista de equipas que existe onde algumas já têm um número atribuído para todas as provas.

## 2) Impressão de Etiquetas para colar nos Chips

Existe um ficheiro Excel que é utilizado sempre que se queiram imprimir estas etiquetas, onde se tem que numerar a série de chips pretendida, guardar e sair do documento. Por exemplo, se quisermos produzir do chip 1 ao 100, iremos introduzir do número 1 ao 100 na coluna A. Após isto, na pasta do Ambiente de Trabalho com o nome “Etiquetas Zebra”, abre-se o documento em formato Microsoft Word “etq kalenji”, coloca-se “sim” no aviso e altera-se o nome do evento para o atual. Após isso ir ao cabeçalho “Mailings” e em “Concluir e Intercalar”, escolher “Imprimir Documentos, “todos” e “ok”. Selecionar a impressora “ZDesigner GK 420t” e verificar na pré-visualização se as etiquetas estão corretas. Finalmente nas propriedades de impressão deverão escolher-se as medidas “2,50cm x 2,50cm” para depois imprimir.

## 3) Procedimentos no Software “Vidya”

Primeiramente é necessário abrir o software e colocar o nome de utilizador e password. Após isso a primeira coisa a realizar é a criação do evento em causa.

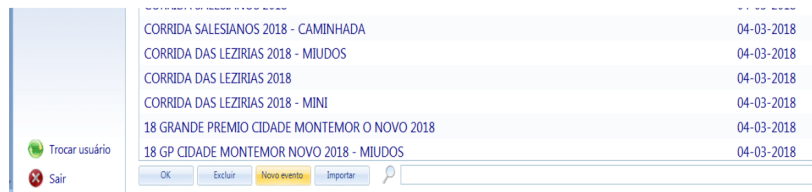


Imagem 1 - Criar novo evento.

Para isso clica-se em novo evento (Imagem 1) e preenchem-se as informações requisitadas pelo programa sobre o evento, tal como na Imagem 2, para depois clicar “ok” e serem solicitados os escalões que vão estar em competição no evento (Imagem 3). Os escalões dependem consoante o evento, pelo que se deve ter em atenção as informações no regulamento de cada prova e copiar as mesmas.

The 'Evento' window contains the following fields and values:

- Apelido:** 7ª Caminhada Dona Estefânia
- Data:** 13-05-2018
- Nome oficial:** 7ª Caminhada Dona Estefânia
- Tipo de evento:** Caminhada
- Local:** Av. Brasília
- Patrocinadores:** Liga dos Amigos do Hospital Dona Estefânia
- Organizador:** PC para um Hospital Pediátrico em Lisboa; Xistarca
- Site do organizador:** www.xistarca.pt
- Número inicial:** 1
- Número final:** 5000
- Data para cálculo de idade:** 13-05-2018
- Imprimir comprovante de inscrição:** 
  - Modelo padrão, somente texto.
  - Modelo personalizado, a partir de um arquivo .doc, .docx, .html ou .mht.
- Arquivo atual:**
- Qtde. de cópias:** 1

Imagem 2- Preenchimento de informações do novo evento.

The 'Faixas etárias' window displays a list of age categories and their properties:

Código	Descrição
F0039	Jun/Sen (18/39 anos) F
F4049	Vet I (40/49 anos) F
F5099	Vet II (+50 anos) F
M0039	Jun/Sen (18/39 anos) M
M4044	Vet I (40/44 anos) M
M4549	Vet II (45/49 anos) M
M5054	Vet III (50/54 anos) M
M5559	Vet IV (55/59 anos) M
M6099	Vet V (+60 anos) M

**Propriedades:**

- Código:** M6099
- Sexo:**  Masculino  Feminino
- Idade mínima:** 60
- Idade máxima:** 99
- Descrição:** Vet V (+60 anos) M
- Faixa etária inválida

Buttons: Adicionar, Excluir, Excluir todas, Padrão CBAT, Por idade, OK, Cancelar.

Imagem 3 - Introdução dos escalões em competição no evento.

De seguida é requisitada informação sobre as categorias (Imagem 4), que só se adicionam em casos excepcionais, por exemplo, no caso de ser importante o facto do atleta ser de determinado concelho ou se, por exemplo, for importante o facto dos atletas serem federados para a prova contar num determinado Campeonato.

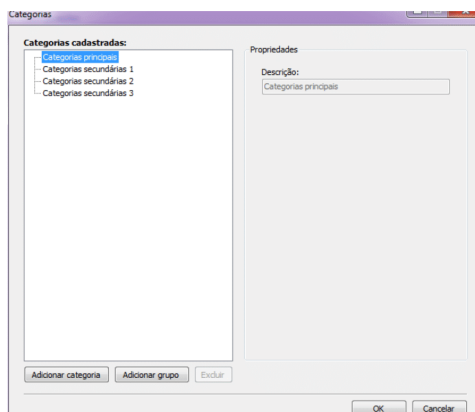


Imagem 4 - Preenchimento das categorias do evento.

Por último tem que se preencher a tela de configuração do formulário de inscrição, no qual vamos deixar os dados que sejam necessários para a cronometragem e produção de materiais do evento. Habitualmente os dados necessários são o “Número de Peito”, o “Nome”, o “Sexo”, o “Nascimento”, a “Idade” e “Faixa Etária”, que são campos automáticos após o preenchimento da data de nascimento, a “Equipe”, o “End.-Número” que é o número de equipa, a “Tshirt”, o “Email”, o “RG” que diz respeito ao número do Cartão de Cidadão, o “Nome no Dorsal” e, finalmente, a categoria secundária 1, se esta existir (Imagem 5).

Imagem 5 - Configuração do formulário de inscrição.

Após a configuração dos *layouts* devem-se importar as inscrições. Para isto tem que se ir a “Inscrições”, “Importar”, “Nova Importação”, selecionar o ficheiro Excel que já foi tratado como

explicado anteriormente e selecionar a opção “a primeira linha é cabeçalho”. Depois de importar o ficheiro tem que se realizar uma relação de colunas em que habitualmente as colunas a associar têm nomes semelhantes, à exceção do número de equipa que corresponde ao “End. – Número”. Finalmente clica-se em “Iniciar processo de importação” para que este seja finalizado.

Com isto, o programa irá ficar com todos os dados necessários dos atletas inscritos para se proceder à cronometragem da prova e à produção de dorsais e listagens dos inscritos. Normalmente coloca-se toda a informação em maiúsculas, da seguinte forma: “Inscrições”, “Maiúsculas”, nome e equipa tudo em maiúsculas.

Finalmente, é necessário que se exportem as informações para de seguida produzir os dorsais. Para isto deve-se ir a “Inscrição”, “Exportar”, “Avançar”, “Campos a exportar” e escolher o “Número de peito” e “Nome no Dorsal”, no caso de ser Corrida e/ou Caminhada com chip, ou “Data de Nascimento”, “Tshirt”, “Equipa” e “Nome no Dorsal” se for Caminhada e/ou Corrida sem chip. O documento exportado deve ter um nome como por exemplo “10KM Dorsais”, em formato “Planilha de Excel (xls.)”.

Neste último documento devem-se ter quatro colunas designadas “N”, “NOME”, “N1” e “NOME1”, no caso de ser uma prova com chip, ou dez colunas designadas “N”, “NOME”, “ESC”, “Equipe”, “Tshirt”, “N1”, “NOME1”, “ESC1”, “Equipe1”, “Tshirt1”, no caso de ser uma prova sem chip. A primeira metade dos atletas ficam nos títulos originais e a segunda metade nos títulos duplicados.

#### **4) Impressão de Etiquetas para colar nos Envelopes**

Estas etiquetas têm como objetivo identificar os envelopes onde vão todos os dorsais e chips de atletas que não pertençam a uma equipa, ou seja, o dorsal e o chip de um atleta colocam-se dentro de um envelope que terá uma etiqueta com o seu nome, número de dorsal e data de nascimento, para que se possa procurar facilmente o dorsal de cada atleta quando este o venha levantar. Os atletas que pertençam a uma equipa vão ter o seu dorsal dentro de um envelope maior onde estarão todos os dorsais de atletas pertencentes a essa mesma equipa.

Para imprimir estas etiquetas basta abrir o programa “Vidya”, entrar no evento em questão e selecionar “Relatórios” e “Etiquetas”. Depois o programa irá pedir o campo que define as etiquetas a imprimir e, nesse caso, coloca-se o campo “Equipe” é igual a “Individual”. De seguida

clica-se em “Imprimir de acordo com o cadastro”, escolhe-se como *template* “xistarca etiquetas” e avança-se. Ao obter o documento final guarda-se o mesmo em formato PDF e imprime-se com a impressora “zdesigner” e com a propriedade de tamanho 4 x 2,5. Deve-se ter em atenção para que a impressora tenha as etiquetas do tamanho correto no seu interior.

### **5) Impressão de Dorsais**

Para este objetivo torna-se mais simples usar um documento usado anteriormente com o mesmo fim. Após ter esse documento, guarda-se o mesmo na pasta do evento atual e retira-se a imagem do dorsal antigo. Para que seja efetuada esta tarefa é necessário que a imagem do dorsal esteja aprovada pelo responsável do evento e que seja enviada pela pessoa que possui a mesma. Desta forma coloca-se então a imagem (atrás do texto) que foi aprovada no word, de forma a estar enquadrada com o número de dorsal e o nome do atleta e de modo a colocar dois dorsais por cada folha A4. Os tamanhos devem ser ajustados e as imagens e texto centrados.

Após a formatação do dorsal tem que se ir a “Mailings”, “Iniciar Impressão em Série” e “Cartas”. A seguir “Selecionar Destinatários”, “Utilizar lista existente” e selecionar o ficheiro Excel exportado do Vidya e trabalhado para a produção dos dorsais.

No segundo dorsal deve-se selecionar o «n» e ir a “Mailings”, “Inserir Campos de Impressão em Série” e escolher «n1», tal como nos restantes campos.

No final deve-se confirmar se está tudo certo através da pré-visualização. Se for o caso vai-se a “Concluir e Intercalar”, “Editar Documentos Individuais” e “Todos”. O documento que é gerado deve ser guardado em formato Word 97-2003 na pasta do evento com o nome “Dorsal 10Km de x a x dorsal” e depois guardado como PDF. O documento PDF deve ser impresso, sendo que nas propriedades deve-se “Adequar o Tamanho” do “Papel” para A3, selecionar a bandeja 1 e nas “Opções do Documento” escolher “2 páginas por folha” e retirar a opção “bordas de página”. Após imprimir apenas tem que se cortar e ordenar os dorsais.

### **6) Operacionalização do “Clube Equipas”**

Tal como referido anteriormente, os dorsais de atletas que se tenham inscrito com um nome de equipa são colocados em envelopes juntamente com os membros dessa mesma equipa. Para

isso tem que se realizar aquilo a que chamamos “Clube-Equipas” usando essencialmente o Microsoft Access.

Inicialmente tem que se abrir no Vidya o evento que se está a operacionalizar e ir a “Inscrições”, “Exportação de inscrições”, escolher a opção “customizada” e os seguintes dados: “Nome”, “Sexo”, “Nascimento”, “Equipe”, “Nº de Peito”, “End-Num” e “Tshirt”. Após isso devem-se exportar o total de inscrições colocando-se, por exemplo, do dorsal 1 ao 5000 se a prova tiver menos que 5000 inscritos e guardar o documento em planilha de Excel com um nome semelhante a “10Km EQ” ou “Mini EQ”. Depois tem que se editar o ficheiro Excel exportado colocando-se nos cabeçalhos os seguintes títulos: “Número”; “Nome”; “Sexo”; “Nascimento”; “Equipe”; “CodEquipe” e “CodSubCateg” (Tamanho das Tshirts). O processo é igual tanto como nas provas com chip, como nas provas sem chip, ou seja, tanto em corridas como em caminhadas.

Finalmente deve-se abrir a pasta “Clube Equipas” que está no Ambiente de Trabalho e abrir o ficheiro Access designado “geral”, no caso de ser corrida com chip, ou “geral mini”, no caso de ser corrida sem chip. Nesse documento deve-se seleccionar todo o conteúdo da “Atleta Tabela” e eliminar o mesmo para depois fechar essa mesma tabela.

No cabeçalho em “Dados Externos”, “Importar Guardados” e “Excel” deve-se seleccionar o ficheiro Excel que foi exportado do Vidya e editado posteriormente, “Anexar uma cópia dos registos à tabela: Atletas”, clicar em “Ok”, “Seguinte” e “Concluir”. Depois deve-se ir ao ícone verde “eq tshirt” e imprimir as páginas todas, excluindo antes aquelas em que estão os atletas sem equipa. Desta forma serão impressas as etiquetas que se colocam nos envelopes de equipas e onde aparecem o nome e número de equipa, os nomes dos atletas e os tamanhos das tshirts pedidos por estes durante o ato de inscrição. É desta forma que, quando alguém levanta os dorsais de uma equipa, quem está a fazer o atendimento ao cliente sabe os tamanhos de tshirt a entregar e consegue confirmar com o cliente o nome de todos os elementos da equipa.

#### **7) Imprimir Listagens dos Atletas individuais inscritos**

No seguimento da última tarefa deve-se usar o ficheiro Access que foi usado anteriormente abrir o ícone verde “IND” e escolher o valor de parâmetro “equipa = individual” e “Ok” para que seja impressa uma listagem por ordem alfabética de todos os atletas que não tenham equipa e

afixada durante a entrega do kit participante do evento. Desta forma o atleta irá saber qual é o seu número de dorsal, no caso de não ter consigo essa informação.


#### **8) Imprimir Listagens de Equipas inscritas**

Os atletas que estejam inscritos em equipa não vão estar na listagem anterior, mas sim na listagem referente aos nomes e números de equipas, ou seja, um atleta que quando se inscreveu colocou como nome da sua equipa “XistarcaACorrer” não vai encontrar o seu nome em nenhuma listagem, nem o número de dorsal, mas sim o número de equipa que é o que basta informar na entrega do kit participante. Assim quem estiver a atender o cliente encontrará rapidamente o envelope da equipa em causa, dentro do qual já vão estar os dorsais de todos os elementos.

Para realizar esta listagem basta abrir o ficheiro Excel exportado anteriormente do Vidya com um nome semelhante a “10Km EQ” ou “Mini EQ”, criar uma nova folha com as colunas “Nº Equipa”, uma coluna em branco e “Nome Equipa”. Depois devem-se copiar os nomes de equipa e o número das mesmas tanto da folha que tem as equipas da Corrida, como da folha que tem as equipas da Caminhada. Finalmente ir a “Dados” e “Remover Duplicados”. Deve-se pôr por ordem numérica das equipas, com as letras a negrito e no mínimo com tamanho 18. Para confirmar tem que se pré-visualizar a impressão e clicar em “Mostrar Margens” para esticar tanto para cima como para baixo.

Posto isto pode-se imprimir a listagem e colar as várias páginas para afixar que é habitualmente a última tarefa operacional antes de estar tudo pronto para entregar os dorsais.

## Anexo 4 – Certificado de Formação



### Certificado de Formação Profissional

Certifica-se que Daniela Ribeiro Saavedra natural de Tomar nascida em 17/08/1995, com o N.º de Identificação Civil 14820939 válido até 01/09/2021, concluiu com aproveitamento o curso de Formação Profissional de Encarregado de Proteção de Dados, em 22/06/2018, com a duração de 20:00 horas.

Unidades de Formação/Módulos/Outras Designações	Horas (hh:mm)	Classificação 0..20
Princípios e conceitos chave do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados	3:00	-
Proteção de dados pessoais	3:00	-
Encarregado de Proteção de Dados (Data Protection Officer)	7:00	-
A proteção de dados no direito do trabalho	7:00	-
Nota Final		18

Faro, 28 de junho de 2018

O(A) Responsável pelo(a) Traininghouse, Lda.

*[Assinatura]*

(Assinatura e selo baseados no carimbo da entidade formadora)

Certificado n.º 641/2018 de acordo com o modelo publicado na Portaria n.º 474/2010

## Anexo 5 – Convocatórias Eventos

### CORRIDA DOS NAMORADOS



**Evento:** CORRIDA NAMORADOS

**Data:** 17 FEVEREIRO 2018

**Concentração/Local:** sábado, 13h45, Entrada para Pista de Honra - Estádio Universitário de Lisboa

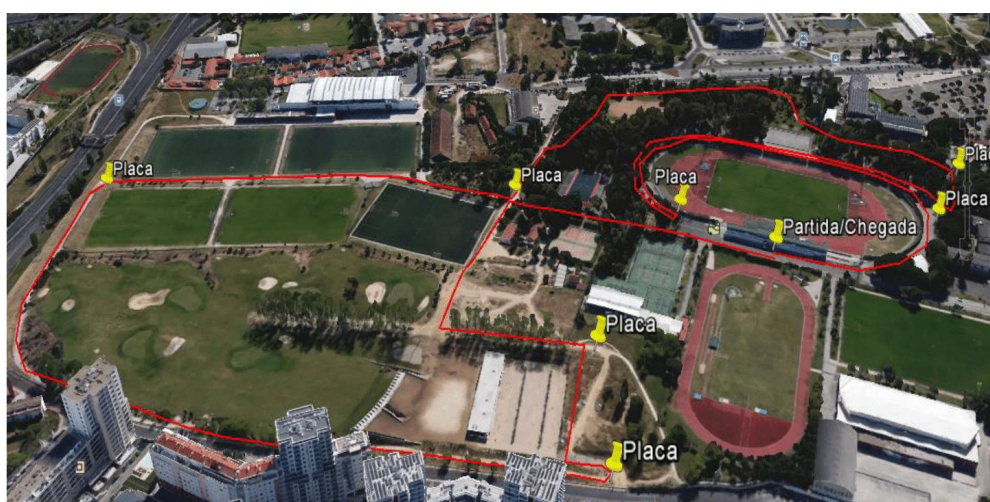
**Responsável prova:** Miguel Abreu

✓ Secretariado	Daniela, Mariana
✓ Marcação percurso	Miguel, Pedro, Roger
✓ Montagem Partida	Miguel, Junior, Pedro, Roger, André, Alfar, Igor
✓ Crono e som	André
✓ Foto	Alfar
✓ Speaker	António Campos
✓ Indicação percurso (junto ao Golfe)	Junior, Igor

✓ Líder corrida mulheres	Miguel
✓ Líder corrida homens	Pedro
✓ Líder caminhada	Roger

✓ Abastecimento intermédio e final	Daniela, Mariana
------------------------------------	------------------

✓ Crono + apontar nºs	André, António Campos
✓ Entrega troféus	Daniela, António Campos



# XIX GP ATLÂNTICO



**Evento:** XIX GP ATLÂNTICO

**Data:** 25 FEVEREIRO 2018

**Concentração/Local:** 6h45 Xistarca ou 7h15 no Núcleo Sportinguista (em frente ao Tarquínio Beach Bar)

**Responsável prova:** José Abreu

## ENTREGA DORSAIS – Responsável Érica Cardoso

✓ 6ª Feira – 13h às 19h30	Érica, Carla, Daniela, Junior
✓ Sábado - 10h às 19h30	José Abreu, Daniela, Mariana

## PREPARAÇÃO CARRINHAS – Responsável Junior

✓ 5ª feira	Junior, Igor
------------	--------------

Levantar lonas Printdesk

## DIA PROVA – Responsável Miguel Abreu

✓ SECRETARIADO/BENGALEIRO	José Abreu, Lina, Daniela, Mariana
✓ MONTAGENS	Junior, Miguel, Ruben, Pedro, Roger, Sobral, Bles, Carlos P, Igor, Alfar
✓ CRONO E SOM	André
✓ CRONO/RETORNO	Ruben
✓ MARCAÇÃO PERCURSO	Miguel, Pedro, Ruben
✓ CRUZAMENTO 1	Carlos P.
✓ CRUZAMENTO 2	Igor
✓ ABASTECIMENTO INTERMÉDIO	Sobral, Roger + 2 voluntários CM-Almada
✓ SPEAKER	António Campos
✓ FOTO	Alfar

✓ ACOMPANHAMENTO CORRIDA	Miguel
✓ ACOMPANHAMENTO CAMINHADA	Pedro

✓ APONTAR NÚMEROS	Miguel
✓ ABASTECIMENTO FINAL (ÁGUA+MAÇÃ)	Bles, Daniela
✓ ENTREGA MEDALHAS	Lina, Junior
✓ ENTREGA PRÉMIOS	António Campos, José Abreu

**ATENÇÃO AO NOVO PERCURSO!!**

**VEJAM NO SITE O LOCAL DE PARTIDA, ABASTECIMENTO INTERMÉDIO E RETORNO**

# CORRIDA DAS LEZÍRIAS



**Evento:** CORRIDA DAS LEZÍRIAS 2018

**Data:** 4 MARÇO 2018

**Concentração/Local:** 6h30 Parque Estacionamento da Pontinha

**Responsável prova:** José Abreu

## ENTREGA DORSAIS – Responsável Daniela Saavedra

✓ 6ª Feira – 13h00 às 19h30 – Xistarca	Daniela, Carla, Igor
✓ Sábado – 9h30 às 12h00 - Xistarca - 14h às 18h30 – Vila Franca de Xira	Daniela, José Abreu Daniela, José Abreu, André, Junior

## PREPARAÇÃO CARRINHAS – Responsável Junior

✓ 5ª feira	Junior, Igor
------------	--------------

## DIA PROVA – Responsável Miguel Abreu

✓ SECRETARIADO/BENGALEIRO	Daniela, José Abreu, Erica, Tiago Apolinário
✓ CRONO CHEGADA	Ruben, Gonçalo
✓ CONTROLO INTERMÉDIO	Gonçalo
✓ MONTAGEM E DESMONTAGEM PARTIDA CAMINHADA/MIUDOS	Junior, Vaz, Igor, Manel, Rui Correia
✓ MONTAGEM E DESMONTAGEM PARTIDA CORRIDA	Junior, Vaz, Igor, Rui Correia
✓ ABASTECIMENTO INTERMÉDIO 1	Manel
✓ ABASTECIMENTO INTERMÉDIO 2	Tiago Apolinário

✓ CARRO RELÓGIO	VFX
-----------------	-----

✓ APONTAR NÚMEROS	Ruben, José Abreu
✓ ENTREGA MEDALHAS	Junior, Vaz, Erica, Igor
✓ SPEAKER	Artur Madeira

## **Carros**

Jumper / 71 / Chevrolet

## CORRIDA SALESIANOS



**Evento:** CORRIDA SALESIANOS 2018

**Data:** 4 MARÇO 2018

**Concentração/Local:** 7h15 - Praça do Império - Belém

**Responsável prova:** Miguel Abreu

### ENTREGA DORSAIS – Responsável Érica Cardoso

✓ 5ª Feira – 14h às 18h30 – Salesianos Estoril	Daniela, Mariana, Erica
✓ 6ª Feira – 14h às 18h30 – Salesianos Manique	Erica, Mariana
✓ Sábado – 10h às 18h30 – Salesianos Estoril	Erica, Carla, Ruben, Tiago

### PREPARAÇÃO CARRINHAS – Responsável Junior

✓ 6ª feira manhã	Junior, André, Miguel
------------------	-----------------------

Passar na Printdesk

### MONTAGENS – Responsável Miguel Abreu

✓ Sábado	Miguel, Junior, Bles, Pedro
----------	-----------------------------

### DIA PROVA – Responsável Miguel Abreu

✓ SECRETARIADO/BENGALEIRO	Carla, Mariana
✓ MONTAGENS	Miguel, Roger, Rafa, Rodri, Alex, Alfar, Carlos P, Pedro A
✓ CRONO	Francisco, Vasco
✓ MARCAÇÃO PERCURSO	Miguel, Pedro, Roger
✓ RETORNO ALCÂNTARA/CRONO	Vasco
✓ ABASTECIMENTO INTERMÉDIO 1	Zé Henriques + 3
✓ ABASTECIMENTO INTERMÉDIO 2	Carlos P, Rodri, Vasco
✓ SPEAKER	António Campos
✓ FOTO	Alfar

✓ ACOMPANHAMENTO CORRIDA	Roger
✓ ACOMPANHAMENTO CAMINHADA	Pedro Agostinho

✓ APONTAR NÚMEROS	Miguel
✓ ABASTECIMENTO FINAL (ÁGUA+MAÇÃ)	Bles, Rafa, Carla, Mariana
✓ TENDA DANONE	Danone
✓ ENTREGA MEDALHAS	Rorro, Alex, Roger
✓ ENTREGA PRÉMIOS	António Campos

## NIGHT RUN VENDAS NOVAS SEASIDE



**Evento:** NIGHT RUN SEASIDE VENDAS NOVAS 2018

**Data:** 16 MARÇO 2018

**Concentração/Local:** 1ª Equipa – José Abreu, Daniela, Igor – 10h Xistarca

2ª Equipa – Junior, André, Pedro – 14h30 Xistarca

3ª Equipa – António Campos, Alfar – 16h30 Xistarca

**Responsável prova:** José Abreu

### DIA PROVA

✓ SECRETARIADO	José Abreu, Daniela, Igor, Pedro
✓ MONTAGENS	Junior, André, Alfar
✓ CRONO	André, Junior

✓ APONTAR NÚMEROS	André, José Abreu
✓ ENTREGA PRÉMIOS	José Abreu

## 23ª CORRIDA DA ÁRVORE



**Evento:** CORRIDA DA ÁRVORE

**Data:** 18 MARÇO 2018

**Concentração/Local:** 7h00 Keil do Amaral

**Responsável prova:** Miguel Abreu

### ENTREGA DORSAIS

✓ 6ª Feira – 12h às 19h30 – Xistarca	Erica, Carla, Mariana
✓ Sábado – 14h às 18h30 – Xistarca	Daniela, Ruben

### DIA DA PROVA

✓ Secretariado/bengaleiro	Umbelina, Mariana, José Abreu
✓ Montagem Partida Corrida e Caminhada	Sobral, Carlos P, Roger, Pedro
✓ Marcação percurso	Sobral, Roger
✓ Montagem Chegada	Miguel, Bles, Vaz
✓ Crono e som	André, Junior

✓ Carro relógio corrida	Roger (verificar percurso)
✓ Acompanhamento caminhada + indicação	Pedro (verificar percurso)
✓ Retorno Caminhada e carro vassoura	Carlos P.

✓ Abastecimento intermédio	Zé Henriques + 2
✓ Abastecimento final água + maçã	Bles, Junior, Pedro, Roger
✓ Abastecimento árvore	Umbelina, Vaz, Sobral
✓ Bengaleiro	Mariana
✓ Massagem	CEFAD

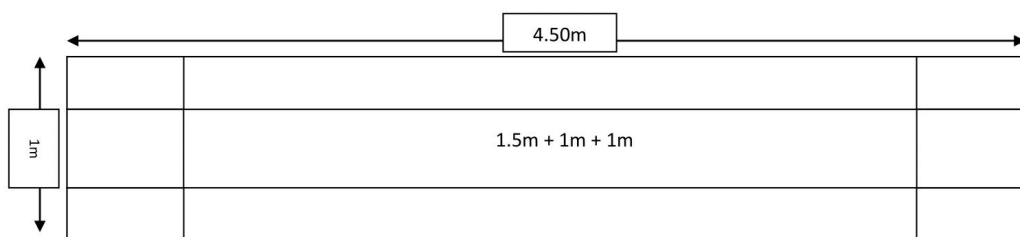
✓ Crono + apontar nºs	André, José Abreu
✓ Speaker	António Campos
✓ Entrega troféus	António Campos, José Abreu

Após partida – Sobral, Junior, Carlos P. arrumam a partida.

– Sobral e Junior seguem para a chegada e Carlos P. segue como carro vassoura.

### CARROS

- ✓ Chevrolet – carro relógio
- ✓ 74 – material partida + crono partida, marcação percurso + carro vassoura
- ✓ Jumper – árvores
- ✓ Guerin – material chegada + abastecimento intermédio



\*O meu nome não consta no cronograma de tarefas devido a ter sido chamada à última da hora para colaborar, por falta de um dos elementos convocados.

## XVIII 12KM SALVATERRA DE MAGOS



Evento: CORRIDA SALVATERRA DE MAGOS

Data: 25 MARÇO 2018

Concentração/Local: 7h00 Pontinha

Responsável prova: José Abreu

### ENTREGA DORSAIS

✓ Sábado – 15h às 18h30 – Salvaterra de Magos	José Abreu
---	------------

### DIA DA PROVA

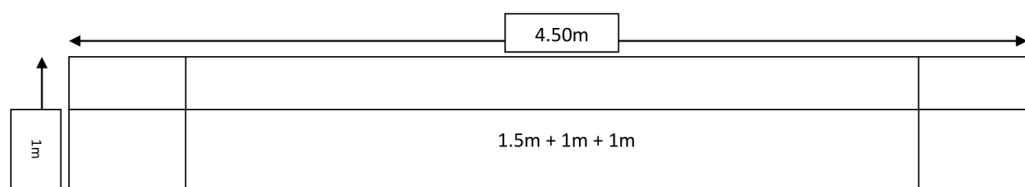
✓ Secretariado	José Abreu, Daniela
✓ Montagens	André, Ruben, Tiago

✓ Carro relógio corrida	José Abreu
-------------------------	------------

✓ Crono final + apontar n <sup>º</sup> s	André, Tiago
✓ Crono intermédia	Ruben

### CARROS

- ✓ Chevrolet – carro relógio
- ✓ Jumper – material



## CORRIDA UGT



Evento: CORRIDA UGT

Data: 7 ABRIL 2018

**Concentração/Local:** sábado, 7h15 Parque Urbano do Jamor, junto ao lago das piscinas

**Responsável prova:** Miguel Abreu

### ENTREGA DORSAIS

✓ 5ª feira – 14h às 19h30 – Xistarca	Daniela, João
✓ 6ª feira – 10h às 18h30 – Xistarca	Daniela, Erica, Carla

### DIA DA PROVA

✓ Secretariado	Daniela, Lina
✓ Marcação percurso	Miguel, Sobral, Pedro, Roger
✓ Montagem Partida	Miguel, Junior, Sobral, Pedro, Roger
✓ Crono e som	André
✓ Foto	Alfar

✓ Cruzamentos trânsito	João
✓ Indicação percurso	Sobral
✓ Retorno	Junior
✓ Acompanhamento corrida	Pedro
✓ Acompanhamento caminhada	Roger

✓ Abastecimento intermédio + final	Daniela, Lina, Miguel
------------------------------------	-----------------------

✓ Crono + apontar nºs	André
✓ Speaker	António Campos
✓ Entrega troféus	António Campos + UGT

### CARROS

- ✓ 71 – CRONO E SOM
- ✓ 74 – MATERIAL SECRETARIADO
- ✓ JUMPER – MATERIAL EVENTO

## 79ª ESTAFETA CASCAIS-OEIRAS-LISBOA



### PARTIDA / CARRO VASSOURA – Partner 71

	20km da Marginal	Estafeta
✓ Montagens	Miguel, Sobral, Carlos P., Vasco, Pereira, Alfar, Rafa	
✓ Secretariado / Bengaleiro	Lina, José Abreu	
✓ Marcação percurso	Sobral, Pereira, Vasco	
✓ Carro relógio 20km (Mazda)	António Campos, Alfar (foto)	x
✓ Carro relógio estafeta (Chevrolet)	x	José Abreu, Jaime Maurício (foto)
✓ Crono	???	
✓ Speaker	António Campos	José Abreu
✓ Desmontagem e carro vassoura	Carlos P, Rafa	

### 5KM – Guerin 1 – Responsável Junior Carvalho

	20km da Marginal	Estafeta
✓ Montagens	Junior, Roger, Rorro, João	
✓ Bengaleiro	x	João
✓ Abastecimento água	Rorro, Roger, João	
✓ Abastecimento água + barra	x	Rorro, Roger, João
✓ Speaker / Organização do pessoal	x	
✓ Crono	Junior	

### 10KM – Guerin 1 – Responsável Daniela Saavedra

	20km da Marginal	Estafeta
✓ Montagens	Daniela, Francisco, Erica	
✓ Bengaleiro	x	Erica
✓ Abastecimento água + barra	Erica, Daniela + 3 CAG	x
✓ Abastecimento água + barra	x	Erica, Daniela + 3 CAG
✓ Speaker / Organização do pessoal	x	Daniela
✓ Crono	Francisco	

**Evento:** 20 KM MARGINAL / ESTAFETA CASCAIS OEIRAS LISBOA

**Data:** 15 ABRIL 2018

**Concentração/Local:** 6h

**Responsável prova:** Miguel Abreu

**CARREGAMENTO CARRINHAS**

✓ 5ª Feira – 12h às 19h30 – Xistarca	Junior, João
✓ 6ª feira – 10h às 16h – Armazém	Junior, João, Miguel

**ENTREGA DORSAIS**

✓ 6ª Feira – 12h às 19h30 – Xistarca	Erica, Carla, Daniela
✓ Sábado – 14h às 19h30 – Xistarca	Erica, Daniela

**DIA DA PROVA – DOMINGO – ARMAZÉM QUELUZ**

Dirigem-se para o Estoril as seguintes equipas:

- ✓ Partida - 71
- ✓ 15km – Guerin 2

Dirigem-se para a Praça do Império as seguintes equipas:

- ✓ Chegada - Jumper
- ✓ 5km e 10km – Guerin 1

6h – chegada ao Estoril e Praça do Império e início das montagens

7h15 – Equipa dos 15km segue para marcação do percurso e regresso aos 15kms

7h30 – equipa 5km e 10km segue para local

8h - Zé Henriques distribui pessoal nos 10km e 15km

9h00 – partida dos 20km

9h15 – partida da estafeta

9h45 – partida da caminhada

Após passagem de todos os atletas, equipas desmontam material rapidamente(!) e seguem para zona chegada.

Casso Vassoura recolhe placas km's.

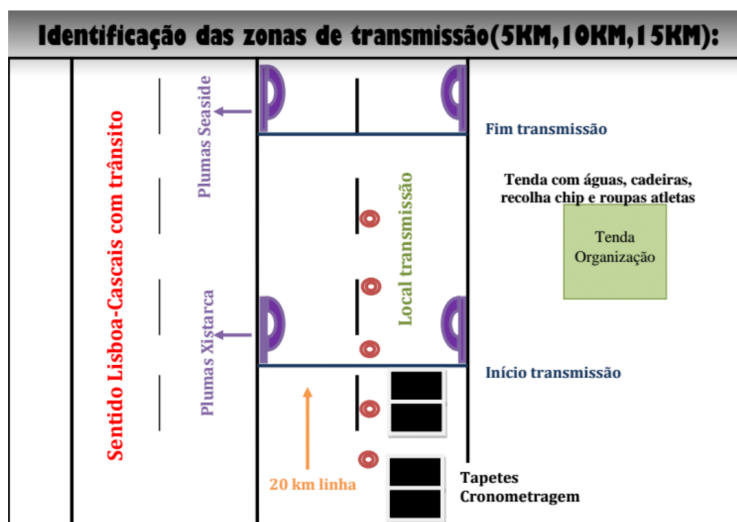
**15KM – Guerin – Responsável Joaquim Sobral**

	20km da Marginal	Estafeta
✓ Montagens	Sobral, Pereira, Vasco	
✓ Bengaleiro	x	Sobral
✓ Abastecimento água + barra	Pereira + 4 CAG	Pereira + 4 CAG
✓ Speaker / Organização do pessoal	x	Sobral
✓ Crono	Vasco	

**CHEGADA/PARTIDA CAMINHADA – Jumper – Responsável André Campos**

✓ Montagens	Vaz, Pedro Agostinho, André, Bles, Catarina, Vasco
✓ Speaker	Vaz no início e depois António Campos
✓ Crono	André
✓ Controlo atletas	Vaz
✓ Acompanhamento caminhada	Pedro Agostinho
✓ Abastecimento água + fruta	Bles, Pedro
✓ Medalhas	Vasco, Catarina

**Organização zonas transmissão na Estafeta**



# 1ª CORRIDA DA DEFESA NACIONAL

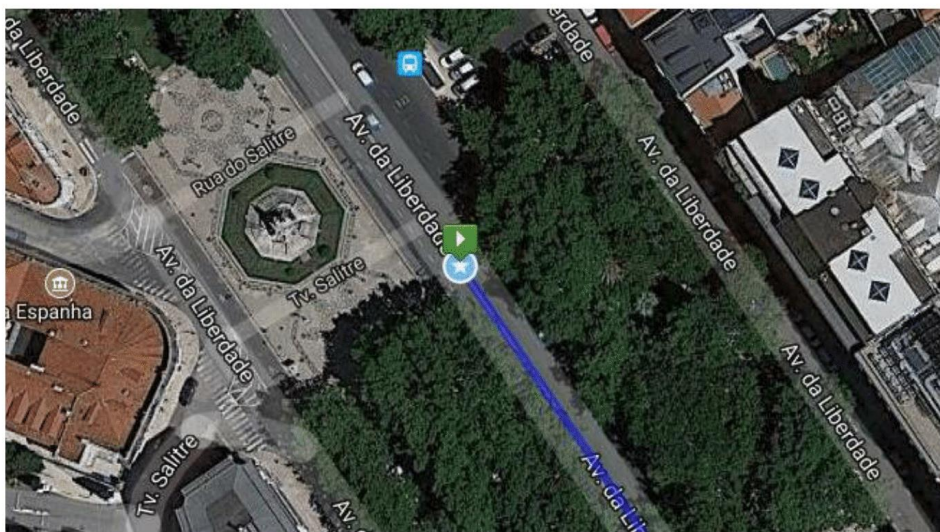


✓ Crono + apontar nºs	EVENTOS DESPORTIVOS Francisco, José Abreu, António Campos
✓ Speaker	Artur Madeira
✓ Entrega troféus	MDN

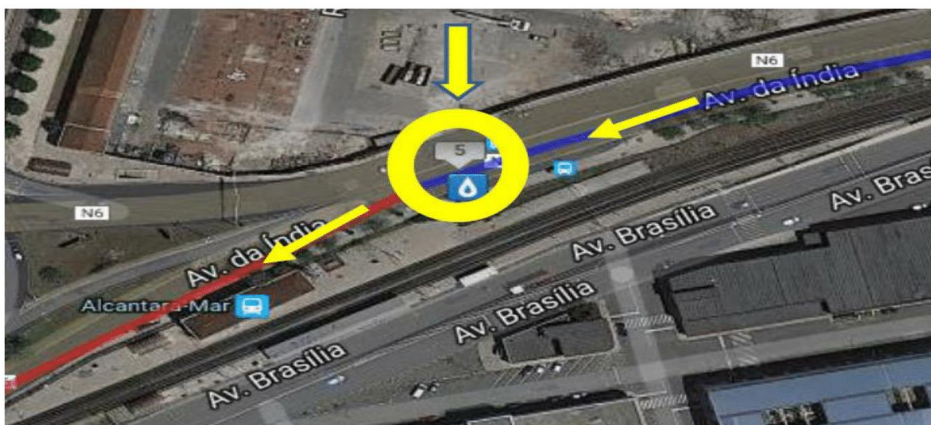
## CARROS

- ✓ 74 – Partida
- ✓ Jumper – Chegada
- ✓ 71 – Chegada

## LOCALIZAÇÃO PARTIDA



## LOCALIZAÇÃO ABASTECIMENTO INTERMÉDIO



## Anexo 6 – Relatórios pós eventos

Corrida da Árvore	T-shirt como opção a 5€ tornaram a prova + t-shirt a um preço demasiado alto.
GP Atlântico	Número demasiado reduzido de pessoas a entregar fruta, medalhas e água tendo em conta o nº de participantes. Mistura da caminhada com corrida.
Corrida dos Namorados	Tshirts como opção não foi do agrado de todos. Poucas pessoas na entrega final de águas, brinde e barras energéticas.
Feira Meia-Maratona EDP	Fazer um único flyer pequeno com os descontos das várias provas. Foram feitos flyers com desconto só da meia dos descobrimentos e só depois da meia e dos 20km da marginal junta.
Corrida das Lezírias	Massagem prolonga-se durante demasiado tempo. Organização tem que esperar pelo fim das massagens, após desmontar tudo.
Night Run Seaside	Alguns erros devido ao ACORRER.
GPA Cidade Montemor-o-Novo	Complicação por causa de ser uma prova a contar para o campeonato.
Corrida Salesianos	Inscrições realizadas nos salesianos com algumas falhas, também derivado a Prozis ter colocado todos os XL como L.
12km Salvaterra de Magos	Imagens promocionais muito fracas.
Challenge Algarve	Fazer mais dorsais; melhorar imagem; lona do backdrop com medida errada.
Estafeta Cascais - Oeiras - Lisboa	Informação errada da parte do site do Portugal Running; só numa das transmissões é que houve micro; última pessoa do 20km fez o percurso a andar o que atrasou tudo; falta de eficácia no bengaleiro - artigos perdidos.

## Anexo 7 – Apresentação Xistarca em A5



### QUEM SOMOS

### PARCEIROS/CLIENTES

Criada em 1986, a Xistarca é das primeiras empresas portuguesas com vocação em prestar serviços na área do desporto. A origem do nome Xistarca tem profundos laços históricos que se prendem intimamente com as origens do desporto na Antiga Grécia. Xistarcas eram os orientadores da actividade atlética e gímnica daquela época. A Xistarca dispõe de uma oferta abrangente de serviços relacionados com o desenvolvimento desportivo.

SERVIÇOS	
Gestão de Instalações	Consultoria
Serviço de Cronometragem	Formação
Aluguer de Pórticos	Sector Editorial
Recursos Humanos	Serviço de Massagem



### EM 2017

- + CORRIDAS INTERNACIONAIS
- + DE 80 EVENTOS
- + DE 70,000 PARTICIPANTES
- + DE 100,000 PESSOAS ALCANÇADAS /MÊS

### DESDE 1986

- + 1200 EVENTOS
- + 1 000 000 PARTICIPANTES

### EVENTOS



E MUITOS MAIS...



WWW.XISTARCA.PT

WWW.XISTARCA.PT



### CONTACTOS:

Calçada da Tapada, 71A | 213 616 160 / info@xistarca.pt  
1349-012 Lisboa | Portugal | [www.xistarca.pt](http://www.xistarca.pt)

Siga-nos em [www.facebook.com/Xistarca1986](https://www.facebook.com/Xistarca1986)

DESDE 1986 EM EVENTOS DESPORTIVOS

## Anexo 8 – Exemplos de Publicações nas Redes Sociais

Figura 11- Imagem promocional da 2ª Corrida Solidária Hovione



Nota. Fonte: Facebook

Figura 12 - Imagem de Feliz Páscoa



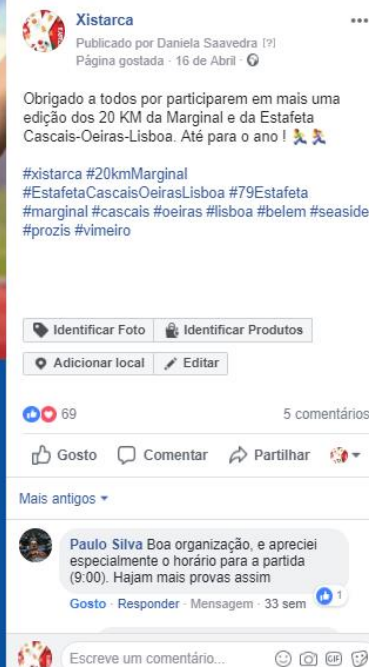
Nota. Fonte: Facebook

Figura 13 - Imagem da mudança de hora



Nota. Fonte: Facebook

Figura 14 - Imagem promocional dos 20km da Marginal e da 79ª Estafeta Cascais-Oeiras-Lisboa



Nota. Fonte: Facebook

Figura 15 - Imagem promocional do dia da árvore.

**XISTARCA**  
EVENTOS DESPORTIVOS

**21 DE MARÇO 2018**

**DIA DA ÁRVORE**

Publicado por Erica Cardoso [?]  
Página gostada · 21 de Março

Hoje comemora-se o Dia Mundial da Árvore !

No passado Domingo, 18 de Março, a Xistarca antecipou-se e organizou a Corrida da Árvore. Esta é uma corrida que pretende contribuir para a reforestação e preservação do meio ambiente sendo entregue uma árvore a cada participante, para que esta seja plantada posteriormente. 🌱🌳

Juntos fazemos a diferença. Obrigado a todos pela vossa presença ! 🙌

#xistarca #diamundialdaarvore #diadaarvore #arborday #corridadaarvore

Identificar Foto Identificar Produtos

Adicionar local Editar

31 1 partilha

Gosto Comentar Partilhar

Escreve um comentário...

Nota. Fonte: Facebook

Figura 16 - Imagem promocional de descontos

**2 DEZ. 2018**

**2018**

**MEIA-MARATONA DOS DESCOBRIMENTOS SEASIDE**

	1º PRAZO Até 30 Abril	PREÇO FEIRA 08 a 10 Mar.
21 KM	<del>11€</del>	8€
10 KM	<del>7€</del>	5€
5 KM	<del>4€</del>	3€

**2€ DESCONTO**  
8 a 10 março\*

**15 ABRIL 2018** PARTIDA CASINO DO ESTORIL CHEGADA BELÉM 09H30

**20 KM DA MARGINAL** 2018

**CASCAIS | OEIRAS | LISBOA**

	PREÇO FEIRA (08 a 10 Mar.)
Inscrições (até 15 de Março)	<del>10,00€</del>
PREÇO FEIRA (08 a 10 Mar.)	8,00€

	PREÇO FEIRA (08 a 10 Mar.)
Inscrições (até 15 de Março)	<del>6,00€</del>
PREÇO FEIRA (08 a 10 Mar.)	4,00€

**CAMINHADA**

Achava impossível participar numa Meia-Maratona por 8€ ?

Inscreeva-se por preços incríveis na Meia-Maratona dos Descobrimentos e nos 20KM da Marginal, durante a Sport Expo! Esta realizar-se-á no CCB - Centro Cultural de Belém, durante os dias 8, 9 e 10 de Março entre as 10h00 e as 20h00.

\*As inscrições apenas podem ser realizadas presencialmente na Sport Expo, na banca da Xistarca.

Para mais informações visite o nosso site em [www.xistarca.pt](http://www.xistarca.pt)

Identificar Foto Identificar Produtos

Editar

191 16 comentários 42 partilhas

Gosto Comentar Partilhar

Mais antigos

Escreve um comentário...

Nota. Fonte: Facebook

Anexo 9 – Ficheiro Excel das Estatísticas dos Eventos 2017/2018

Em 2017	CONCORRÊNCIA	2018			TOTAL	2017			TOTAL
		Corrida	Caminhada	Crianças		Corrida	Caminhada	Crianças	
Janeiro	ESTAFETA DOS REIS	462	0	0	462	432	0	0	432
	CORRIDA DA LIBERDADE	324	7500	0	7824				
	CORRIDA SOLIDÁRIA DOS ADEPTOS E SIMPATIZANTES	843	173	0	1016	528	0	0	528
	XV* GPA DE GRÃNDOLA CIRCUITO JOSÉ AFONSO	558	0	0	558	454	0	0	454
	CORRIDA DA ÁRVORE	834	325	0	1159	995	223	0	1218
	CHALLENGE CAPARICA PRAIA					67	0	0	67
	CHALLENGE CAPARICA CROSS					68	0	0	68
	CHALLENGE CAPARICA ESTRADA - XVIII GP	1691	255	0	1946	1126	0	0	1126
	CORRIDA DOS NAMORADOS	316	32	0	348	103	41	0	144
	X GPA DE ALGUEIRÃO-MEM MARTINS					421	694	0	1115
	Corrida das Lezírias	1500	421	231	2152	1568	308	0	1876
	NIGHT RUN SEASIDE	357	1033	0	1390	344	?	0	344
	17* GPA CIDADE MONTEMOR-O-NOVO	277	132	0	409	287	0	133	420
	CORRIDA SALESIANOS	1091	1463	0	2554	1102	1117	0	2219
	XVII 12KM SALVATERRA DE MAGOS	396	130	0	526	557	227	0	784
	CORRIDA SEMPRE MULHER	576	?	0	576	491	?	0	491
	CORRIDA DOS 100 ANOS DO TORREENSE					140	24	0	164
	CAMPEONATO DE ATLETISMO DE ESTRADA	154	0	0	154				
	CAMPEONATO NACIONAL MILITAR BTT	83	0	0	83				
	1ª CORRIDA RÁDIO COMERCIAL					1862	2087	0	3949
	CHALLENGE ALGARVE- CROSS	80	0	0	80	118	0	0	118
	CHALLENGE ALGARVE - PRAIA	82	0	0	82	163	0	0	163
	CHALLENGE ALGARVE - MEIA MARATONA CASTRO M	132	0	0	132	121	0	0	121
	PENTATLO - CAMPEONATO DO MUNDO SUB 19	?	0	0	0				
	Estafeta Cascais - Oeiras - Lisboa	512	0	0	512	100	0	0	400
	20KM DA MARGINAL	980	100	0	1080	789	0	0	789
	Corrida da Defesa Nacional	1832	1050	0	2882				
	Wine Bike Tour	88	48	0	136				
	CFA   CORRIDA DA BASE NAVAL					209	49	0	258

Maio	CORRIDA 1º DE MAIO		1161	?	0	1161	1117	?	0	1117
	1º NIGHT RUN G.D. DIANA						116		0	200
	6ª CORRIDA DONA ESTEFÂNIA-DIA DA MÃE	CORRIDA HOVIONE	250	230	0	480	215	219	0	434
	CFA   CORRIDA DA BASE AÉREA Nº 6						280	83	0	363
	CORRIDA SOLIDÁRIA HOVIONE	CORRIDA DONA ESTEFANIA	650	860	0	1510	494	698	0	1192
	1ª CORRIDA SOLIDÁRIA AEISEG						228	123	0	351
	23ª CORRIDA DA CIDADE VENDAS NOVAS	IRCUITO DOS PARQUES - MATA BENFICA, SÁBADO; CORRIDA DA MULHER	644	?	?	644	642	513	176	1331
	3ª CORRIDA CIDADE DE ALVERCA	IRCUITO DOS PARQUES - MATA BENFICA, SÁBADO; CORRIDA DA MULHER	380	73	?	453	278	166	0	444
	Corrida Impresa						80	?	0	80
	CORRIDA UNIVERSIDADE LISBOA						90	?	0	90
3ª GPA CASA DO BENFICA DE ABRANTES						115	0	151	266	
CORRIDA APAV	CORRIDA DE BELÉM; CORRIDA DO PULMÃO; LX TRAIL MONSANTO	520	310	0	830					
CFA   CORRIDA DA ACADEMIA MILITAR						204	50	0	254	
Junho	16ª CORRIDA DO ORIENTE - CASINO LISBOA	CORRIDA DAS LOCALIDADES DE OEIRAS	520	120	0	640	599	116	10	725
	Kids race	MARGINAL A NOITE; SEIRAL NIGHT RUN	0	0	140	140				
	quidgest run it	MARGINAL A NOITE; SEIRAL NIGHT RUN	300	115	0	415				
	FORUM BARREIRO RUN	PALMELA RUN; RIVER RACE; FITNESS RUN	350	200	0	550	417	295	0	712
	CORRIDA DAS FOGUEIRAS	CORRIDA DO SPORTING; ULTRA MARATONA DE MELIDES	4200	2900	0	7100	3500	2800	0	6300
	CORRIDA FITNESS - VENHA MEXER-SE	PALMELA RUN; RIVER RACE; FORUM BARREIRO	80	30	0	110	56	18	0	74
Julho	CORRIDA SPORTING	FOGUEIRAS E ULTRAMARATONA DE MELIDES	2500	1000	0	3500	3054	1142	0	4196
	PINHAL NOVO NIGHT RUN	DO RIO AZUL; LEGUA NOTURNA ODIVELAS; RUN PARTY MARVILA; CORRIDA	210	347	0	557	258	440	0	698
	BEAUTY RUN BY LOREAL					69	?	0	69	
	22ª CORRIDA DA LAGOA DE SANTO ANDRÉ	SHARK RACE - FONTE DA TELHA;	590	340	0	930	647	385	0	1032
	XI MEMORIAL FRANCISCO LÁZARO	DO RIO AZUL; LEGUA NOTURNA ODIVELAS; RUN PARTY MARVILA; CORRIDA	241	37	0	278	256	45	0	301
	CORRIDA NOTURNA DA PRAIA DA CAPARICA		450	180	0	630	412	159	0	571
Agosto	CORRIDA ALCOBAÇA		350	0	350					
	2ª CORRIDA NOTURNA DE ALTURA					87	24	0	111	
Setembro	6ª CORRIDA DECATHLON					665	136	0	801	
	CORRIDA DA LINHA   DESTAK	CORRIDA DECATHLON AMADORA	1200	500	0	1700	1247	?	0	1247
	BEER MILE	BIMBO; CORRIDA DO TEJO	300	0	0	300	78	0	0	78
	GLOBAL ENERGY BIMBO	CORRIDA DO TEJO; BEER MILE	1200	1700	0	2900	534	257	0	791
	III MINI-MARATONA CAMPUS DE JUSTIÇA		111	?	0	111	130	?	0	130
	CHALLENGE UP AMOREIRAS	FARMACEUTICA; SAMS; CORRIDA JORGE PINA; CORRIDA BE ACTIVE	200	0	0	200				
2ª CORRIDA E CAMINHADA SAMS QUADROS	FARMACEUTICA; AMOREIRAS; CORRIDA JORGE PINA; CORRIDA BE ACTIVE	795	1261	0	2056	642	438	0	1080	

Outubro	2ª CORRIDA PIRILAMPO MÁGICO						475	263	0	👇	738	
	V CORRIDA PEDRO E INÉS		336	127	0	👇	164	51	0	👇	215	
	IV CORRIDA FARMACÉUTICA	SAMS; AMOREIRAS; CORRIDA JORGE PINA, CORRIDA BE ACTIVE	210	80	0	👇	421	176	0	👇	597	
	asics foot id						0	0	0	👇	0	
	CORRIDA SEMPRE MULHER - PARQUE DAS NAÇÕES		535	?	0	👇	480	?	0	👇	480	
Novembro	HALLOWEEN RUN PARTY		195	115	0	👇	165	160	0	👇	325	
	CORRIDA DE BENEFICÊNCIA MARRIOTT INTERNATION	CASTANHAS	90	75		👇	165	67	103	28	👇	198
	7ª CORRIDA DA ÁGUA	CORTA MATO AMORA; MARATONA DO PORTO	1294	630	0	👇	1924	1055	517	0	👇	1572
	CORRIDA DAS CASTANHAS	MARRIOTT; MM NAZARÉ	735	220		👇	955	718	314	0	👇	1032
	GPA CATAGAS CA GALINHEIRAS		121	?	101	👇	222	101	?	83	👇	184
Dezembro	10KM ALMANSOR		233	105	64	👇	402	272	152	0	👇	424
	MEIA MARATONA DOS DESCOBRIMENTOS	SS CORROIOS; GERÉS MARATHON	5069	414	0	👇	5483	4357	494	0	👇	4851
	ONYRIA RUNNING CHALLENGE						346	275	0	👇	621	
	SS OLIVEIRA DO HOSPITAL	SS FIGUEIRADA FOZ	135	200	90	👇	425					
			<b>39323</b>	<b>24831</b>	<b>626</b>	<b>64780</b>	<b>37176</b>	<b>15466</b>	<b>581</b>		<b>53223</b>	