



Universidade de Lisboa  
Faculdade de Motricidade Humana



Da Teoria à Prática: A Organização de Eventos Desportivos na Move Sports

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

Orientadora:

Doutora Ana Maria Silva Santos, Professora Auxiliar da Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa.

Presidente:

Doutora Catarina Maria Gomes Duarte da Silva, Professora Auxiliar da Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa.

Vogais:

Doutora Ana Maria Silva Santos, Professora Auxiliar da Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa.

Doutor Tiago Miguel Patrício Ribeiro, Professor Auxiliar da Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa.

# Agradecimentos

A realização deste relatório de estágio representa o culminar de um percurso académico exigente e enriquecedor. Em primeiro lugar, agradeço à Faculdade de Motricidade Humana e aos docentes do Mestrado em Gestão do Desporto, em especial a professora Dr. Ana Santos pela formação e orientação sólida e humanista proporcionada ao longo destes dois anos.

À empresa Move Sports, manifesto o meu reconhecimento pela oportunidade de integrar uma equipa dinâmica e altamente profissional, em particular ao Dr. Bernardo Costa Duarte, pela orientação próxima e confiança depositada nas minhas capacidades. Agradeço igualmente a todos os colegas e colaboradores da empresa pelo espírito de entreajuda e pela partilha constante de experiências.

Uma palavra especial de gratidão aos meus colegas de mestrado e amigos, pelo apoio incondicional, pela troca de ideias e pelo incentivo mútuo que tornou este percurso mais leve.

Por fim, agradeço à minha família e namorada, cuja presença e suporte foram determinantes em todas as fases deste processo. Sem o vosso exemplo, compreensão e motivação, este desafio não teria sido superado com a mesma confiança e determinação.

# Resumo

O presente relatório incide sobre o estágio curricular realizado na empresa Move Sports, no âmbito do Mestrado em Gestão do Desporto da Faculdade de Motricidade Humana. O estágio focou-se na organização de eventos desportivos, com ênfase no Portugal Rugby Youth Festival 2025, um dos maiores torneios de rugby juvenis da Europa.

Através de uma análise integrada entre teoria e prática, o relatório analisa áreas de intervenção como, o planeamento estratégico, o marketing desportivo e a logística de eventos. Foram desempenhadas funções nas diferentes fases da organização de eventos desportivos, incluindo a captação de equipas, definição de itinerários, gestão de voluntários, ativação de marcas e apoio logístico no terreno.

A reflexão crítica sobre as atividades desenvolvidas permitiu identificar aprendizagens relevantes, como a importância do planeamento detalhado, da flexibilidade operacional e da comunicação eficaz. O relatório termina com propostas de melhoria, assentes nos princípios da sustentabilidade, inovação e inclusão, visando a otimização dos processos em futuras edições dos eventos.

## **PALAVRAS-CHAVE:**

Gestão do Desporto; Eventos Desportivos; Planeamento; Marketing Desportivo.

# Abstract

This report presents the curricular internship carried out at Move Sports, within the scope of the Master's in Sport Management at the Faculty of Human Kinetics. The internship focused on the organisation of sports events, with special emphasis on the Portugal Rugby Youth Festival 2025, one of the largest rugby youth tournaments in Europe.

By integrating theoretical knowledge with practical experience, the report addresses key areas such as strategic planning, sports marketing and event logistics. Activities included team recruitment, itinerary design, volunteer coordination, brand activation and on-site operational support.

The critical reflection on the tasks carried out highlights relevant learning outcomes, including the importance of detailed planning, operational flexibility and effective communication. The report concludes with improvement suggestions based on sustainability, innovation and inclusion principles, aiming to enhance future editions of the events.

**KEYWORDS:**

Sport Management; Sports Events; Planning; Sports Marketing.

# Lista de Abreviaturas

PRYF- Portugal Rugby Youth Festival

# Índice

<b>Agradecimentos</b> .....	<b>1</b>
<b>Resumo</b> .....	<b>2</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>3</b>
<b>Lista de Abreviaturas</b> .....	<b>4</b>
<b>Capítulo 1 – Introdução</b> .....	<b>8</b>
1.1 Estrutura do relatório .....	8
1.2 Caracterização geral do estágio .....	9
<b>Capítulo 2 – Enquadramento da Prática Profissional</b> .....	<b>10</b>
2.1 Macro Contexto .....	10
2.1.1 Desporto.....	10
2.1.2 Organizações.....	11
2.1.3 Gestão do desporto.....	13
2.1.4 Marketing do Desporto .....	14
2.1.5 Eventos de Desporto .....	18
2.1.6 Planeamento de um evento desportivo .....	23
2.2 Contexto legal.....	25
2.3 Contexto institucional .....	27
2.3.1 História .....	27
2.3.2 Instalações.....	28
2.3.3 Serviços.....	29
2.3.4 Enquadramento Institucional .....	30
<b>Capítulo 3 – Realização da Prática Profissional</b> .....	<b>31</b>

3.1 Atividades, tarefas e ações.....	31
3.1.2. Portugal Rugby Youth Festival 2025.....	33
3.2. Dificuldades e resoluções .....	38
3.3. Sistema de avaliação e controlo do trabalho desenvolvido.....	39
<b>Capítulo 4 – Conclusão, Síntese Geral e Perspetivas Para o Futuro.....</b>	<b>39</b>
4.1 Principais linhas de conclusão .....	39
4.2 Análise dos efeitos e das consequências da intervenção realizada .....	41
4.3 Estabelecimento de perspetivas futuras e sugestões a propor.....	42
<b>Referências: .....</b>	<b>44</b>
<b>Anexos:.....</b>	<b>46</b>

## **Índice de Figuras**

Figura 1 Importância do marketing desportivo.....	18
Figura 2 Eventos de desporto .....	19
Figura 3 Estrutura Organizacional da Move Sports... ..	31

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1 Atividades desenvolvidas no estágio .....	33
Tabela 2 Patrocinadores do PRYF.....	36

## **Capítulo 1 – Introdução**

### **1.1 Estrutura do relatório**

O presente relatório de estágio está estruturado de forma a proporcionar uma visão clara e detalhada sobre a experiência adquirida ao longo do período de estágio na empresa Move Sports. O documento divide-se em quatro grandes capítulos que permitem contextualizar a realização da prática profissional, enquadrando-a tanto do ponto de vista académico e teórico como prático.

O primeiro capítulo apresenta a introdução ao relatório, onde são definidos os objetivos gerais e específicos do estágio, assim como a sua relevância para a formação em Gestão do Desporto. Esta secção inclui também uma explicação sobre a metodologia utilizada na elaboração do relatório, garantindo que a análise realizada seja fundamentada e coerente com a prática profissional desenvolvida.

No segundo capítulo é feita uma análise teórica dos temas diretamente relacionados com as atividades realizadas no estágio. No terceiro capítulo é feita uma caracterização da entidade de acolhimento, descrevendo a sua missão, estrutura organizacional e área de atuação no setor do desporto. Segue-se uma explicação detalhada sobre as atividades realizadas pelo estagiário, desde a captação e gestão de leads comerciais até ao apoio na organização logística dos eventos promovidos pela empresa. Esta secção inclui ainda uma reflexão sobre as competências desenvolvidas, relacionando-as com os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do percurso académico.

Por fim, o quarto capítulo apresenta a conclusão do relatório, onde são sintetizados os principais desafios enfrentados e as aprendizagens adquiridas ao longo do estágio. São também identificadas oportunidades de melhoria e sugeridas recomendações para futuros desenvolvimentos profissionais, com o objetivo de consolidar o conhecimento na área da gestão de eventos desportivos. A conclusão reforça, assim, a importância da experiência prática como complemento essencial à formação teórica em Gestão do Desporto.

## 1.2 Caracterização geral do estágio

O estágio foi realizado na empresa Move Sports, uma organização especializada na criação, gestão e promoção de eventos desportivos. A empresa opera tanto a nível nacional como internacional, organiza torneios, estágios desportivos e programas de formação para equipas, atletas e entidades desportivas. A sua atuação abrange diversas modalidades, proporcionando experiências de competição e treino adaptadas às necessidades dos seus clientes.

Durante o período de estágio, o estagiário integrou a equipa operacional da empresa, desempenhando funções ligadas à captação e gestão de leads comerciais, bem como ao apoio logístico na execução dos eventos. Sob a supervisão de um colaborador experiente, foi possível desenvolver competências na identificação de oportunidades de negócio no setor desportivo, aplicando estratégias de marketing e vendas adaptadas ao contexto da indústria do desporto (Mullin, Hardy & Sutton, 2014).

Além da vertente comercial, o estágio proporcionou uma experiência prática na organização logística dos eventos, que garantiu a otimização dos processos operacionais e a articulação com diferentes stakeholders, tais como clubes, infraestruturas desportivas, fornecedores e entidades parceiras (Masterman, 2014). A interação com estes agentes permitiu aprofundar a compreensão sobre a importância do planeamento estratégico e da gestão eficiente dos recursos no sucesso dos eventos desportivos.

A experiência adquirida neste estágio revelou-se fundamental para o desenvolvimento de conhecimentos práticos em gestão comercial e operacional de eventos desportivos, bem como para o fortalecimento da capacidade de análise de mercado e coordenação de processos logísticos. A aplicação de conceitos de gestão de stakeholders foi igualmente uma componente essencial do estágio, possibilitando uma melhor compreensão sobre a forma como os diferentes intervenientes se relacionam no contexto dos eventos desportivos (Slack&Parent,2006).

## Capítulo 2 – Enquadramento da Prática Profissional

### 2.1 Macro Contexto

#### 2.1.1 Desporto

Atualmente, o desporto transcende a sua função original de competição e lazer, assumindo-se como um fenómeno global com um impacto significativo em diversas áreas, desde a economia ao desenvolvimento social. Como refere Masterman (2004), "os eventos desportivos têm desempenhado papéis significativos no desenvolvimento da sociedade", influenciando dimensões económicas, sociais, políticas e tecnológicas

No contexto moderno, o desporto assume diferentes facetas, incluindo a componente lúdica e competitiva, bem como a sua institucionalização através de regras e organismos reguladores. Além disso, a prática desportiva pode ser enquadrada em diversas perspetivas, desde o desporto de alto rendimento até ao desporto para todos, uma abordagem promovida pelo Conselho da Europa em 1966, que visa democratizar o acesso à atividade desportiva. Esta iniciativa reforçou a perceção do desporto como um elemento essencial para o bem-estar individual e coletivo, que influencia a forma como as políticas desportivas foram estruturadas nos anos seguintes (Conselho da Europa, 1966, cit. em Correia & Biscaia, 2019).

O impacto do desporto na saúde é amplamente reconhecido, sendo a atividade física regular considerada um fator determinante na prevenção de várias doenças. A Organização Mundial da Saúde (WHO, 2017) destaca que a prática desportiva contribui para a redução das doenças cardiovasculares, diabetes, depressão e certos tipos de cancro, promovendo, simultaneamente, uma melhoria geral na qualidade de vida das populações. Para além da vertente física, o desporto desempenha um papel crucial no desenvolvimento social e na construção de valores como a disciplina, o respeito e a cooperação. Como sublinham Karg et al. (2022), "o desporto evoca uma identificação pessoal poderosa e um forte apego emocional", com implicações profundas no envolvimento dos consumidores e na sua ligação a comunidades e valores.

A crescente influência dos interesses económicos e comerciais tem levado a uma reconfiguração da organização desportiva, onde o desempenho financeiro muitas vezes se sobrepõe ao desenvolvimento humano e social dos atletas (Correia & Biscaia, 2019).

Infelizmente, como refere Sérgio (2003),<sup>1</sup> é na base dos fatores económicos e na maximização do lucro que assenta cada vez mais a organização desportiva dos nossos tempos, o que levanta preocupações sobre o afastamento dos valores fundamentais do desporto.

Esta realidade foi visível no esforço ao logo do meu estágio onde a empresa tencionava equilibrar os objetivos comerciais com a oferta de experiências desportivas significativas, que valoriza tanto os resultados financeiros como a qualidade da experiência proporcionada aos participantes.

Durante o estágio, foi evidente a dimensão multifacetada do desporto, tal como abordado teoricamente. Através da organização de eventos como o Portugal Rugby Youth Festival e do contacto com clubes nacionais e internacionais, pude observar como é que o desporto pode servir como ferramenta de desenvolvimento pessoal, coesão social e expressão cultural. A realização de atividades como o rugby adaptado e a criação de experiências significativas para os participantes evidenciou o papel do desporto enquanto fenómeno social com forte impacto nas comunidades envolvidas.

### **2.1.2 Organizações**

As organizações desportivas são entidades fundamentais na estrutura do setor desportivo, assumem diferentes formas e objetivos. As organizações podem ser classificadas em três setores principais: público, privado e terceiro setor. O setor público engloba as entidades estatais responsáveis pela definição de políticas desportivas e pelo financiamento de infraestruturas e programas de incentivo à prática desportiva. O setor privado inclui empresas com fins lucrativos que operam no mercado desportivo, como clubes profissionais, academias e empresas de equipamentos desportivos. Já o terceiro setor abrange organizações sem fins lucrativos, como associações desportivas e federações, cujo objetivo principal é a promoção da prática desportiva para benefício público (Correia & Biscaia, 2019).

A complexidade das organizações desportivas advém da sua natureza híbrida. Bayle e Robinson (2007)<sup>2</sup> argumentam que as federações desportivas podem ser consideradas organizações híbridas devido a quatro características fundamentais: a sua orientação

---

<sup>1</sup> Citado por Correia e Biscaia (2019, pag 62)

<sup>2</sup> Citado por Correia e Biscaia (2019, pag 357)

social, a combinação de profissionais e voluntários na sua estrutura, a economia mista de financiamento (com fundos públicos e privados) e a regulação por normativas nacionais e internacionais. Esta natureza híbrida reflete a diversidade de funções que estas organizações desempenham, desde a regulamentação de competições até à promoção do desporto em diferentes níveis (Correia & Biscaia, 2019).

Fottler (1981)<sup>3</sup> propõe uma tipologia para classificar as organizações desportivas com base em dois critérios: a orientação para o lucro e a fonte de financiamento. Neste modelo, as organizações podem ser classificadas como: organizações desportivas privadas com fins lucrativos são entidades que dependem do mercado para gerar receitas e assegurar a sua sustentabilidade, tendo como objetivo principal a obtenção de lucro. Exemplos típicos incluem clubes desportivos profissionais e ginásios comerciais, que operam numa lógica empresarial. Por outro lado, as organizações privadas sem fins lucrativos caracterizam-se por não visarem a maximização do lucro, sendo frequentemente financiadas através de quotas dos seus sócios, donativos e apoios estatais. Neste grupo enquadram-se, por exemplo, as associações desportivas e os clubes amadores.

As organizações quase-públicas têm origem estatal, mas operam com uma certa autonomia, prestando serviços tanto a entidades públicas como privadas, situando-se assim numa zona híbrida entre o setor público e privado. Já as organizações públicas são financiadas diretamente pelo Estado, assumindo responsabilidades fundamentais no que diz respeito à regulamentação e ao financiamento do setor desportivo, sendo essenciais na definição de políticas públicas e na promoção do acesso ao desporto. Chelladurai (2014)<sup>4</sup> propõe outro critério de classificação, destacando aspetos como a interação entre empregado e cliente, a principal fonte de financiamento e o tipo de serviços prestados. Este modelo permite compreender a diversidade das organizações desportivas e os desafios inerentes à sua gestão.

A crescente profissionalização do setor tem levado a uma maior interseção entre os diferentes setores, sendo comum encontrar organizações que combinam características públicas e privadas. Esta realidade exige que os gestores desportivos desenvolvam competências multidisciplinares, permitindo-lhes atuar em ambientes regulatórios complexos e responder às exigências de um mercado em constante evolução (Correia & Biscaia, 2019).

---

<sup>3</sup> Citado por Correia e Biscaia (2019, pag 358)

<sup>4</sup> Citado por Correia e Biscaia (2019, pag 359)

No contacto com clubes, federações, marcas e empresas parceiras, foi possível vivenciar o funcionamento de diferentes tipos de organizações desportivas. A articulação com entidades públicas e privadas na cedência de espaços, captação de patrocínios e gestão de voluntários demonstrou a complexidade das redes de colaboração envolvidas num evento. A Move Sports, apesar de ser uma empresa privada, atua muitas vezes com uma lógica híbrida, procurando o equilíbrio entre objetivos comerciais e impacto social, o que exigiu adaptação e versatilidade na gestão de parcerias.

### **2.1.3 Gestão do desporto**

A gestão do desporto é um campo multidisciplinar que combina elementos da administração e gestão empresarial com as especificidades do setor desportivo. Como destacam Correia e Biscaia (2019), esta área envolve a aplicação de princípios de marketing, comportamento do consumidor, economia, direito, finanças e recursos humanos no contexto do desporto. No entanto, a sua abrangência vai além das funções tradicionais da gestão, incluindo questões como o turismo desportivo, a ética, o desenvolvimento comunitário e urbano, a saúde e a educação.

No âmbito da sua estrutura organizacional, a gestão do desporto pode ser analisada através de três grandes setores interdependentes: o setor público, o setor associativo e o setor profissional ou comercial. O setor público, condicionado por financiamento e legislação, atua maioritariamente como promotor e regulador das atividades desportivas. O setor associativo é composto por organizações voluntárias e sem fins lucrativos, como clubes, federações e associações, onde decorre a maioria das atividades desportivas. Já o setor comercial ou profissional integra entidades como clubes profissionais, centros de fitness, empresas de turismo desportivo, patrocinadores, media e agências de representação, com o objetivo primordial de gerar lucro através da produção e promoção do desporto. Estes setores interagem frequentemente entre si, sendo influenciados por políticas, regulamentações ou interesses partilhados, o que exige uma articulação eficaz entre entidades públicas, privadas e associativas.

Tendo como base a teoria de segmentação industrial de Porter (1985), Pitts, Fielding e Miller (1994)<sup>5</sup>, a indústria do desporto pode ser segmentada funcionalmente em três áreas principais: 1- a performance desportiva, que inclui a participação e assistência a

---

<sup>5</sup> Citado por Correia e Biscaia (2019, pag 42; 43)

eventos e atividades desportivas; 2- a produção de desporto, que abrange os recursos físicos, humanos e técnicos necessários à prática desportiva; e 3- a promoção do desporto, centrada na divulgação e valorização da atividade através de media, eventos e patrocínios. Esta abordagem evidencia que a gestão do desporto não se limita ao setor em que as organizações operam, mas também ao tipo de produto ou serviço que oferecem, sejam eles destinados a praticantes, espectadores, patrocinadores ou outras partes interessadas. O foco na prestação de serviços, enquanto fator diferenciador da experiência desportiva, exige dos gestores não apenas competência técnica, mas também sensibilidade para compreender os processos de troca e o impacto dos serviços prestados em diferentes contextos da indústria.

A gestão do desporto também enfrenta desafios significativos, nomeadamente a necessidade de equilibrar objetivos económicos e sociais. Sérgio (2003) <sup>6</sup> alerta para o impacto da globalização e da mercantilização do desporto, que pode resultar na perda dos seus valores fundamentais em prol da maximização do lucro. Este debate sublinha a importância de uma gestão desportiva que equilibre a rentabilidade financeira com a promoção de valores éticos e sociais, garantindo que o desporto continue a desempenhar um papel positivo na sociedade.

A gestão do desporto foi transversal a todas as atividades desempenhadas, desde a criação de itinerários personalizados para equipas, à negociação com hotéis, ao controlo de logística e ao apoio operacional no terreno. Cada decisão teve de considerar o equilíbrio entre qualidade, custo e tempo. A gestão de equipas e tarefas, nomeadamente com voluntários, e a resolução de situações imprevistas, como refeições não adequadas ou falhas de transporte, reforçaram a importância da capacidade de planeamento, mas também da agilidade e pensamento crítico na prática da gestão do desporto, nomeadamente ao avaliar alternativas em situações imprevistas e optar por soluções que garantissem equilíbrio entre impacto, custo e viabilidade operacional.

#### **2.1.4 Marketing do Desporto**

O marketing desportivo é um campo estratégico essencial para a promoção e gestão do desporto e dos seus eventos. Adam Karg et al. (2022) destacam que o marketing desportivo envolve a aplicação de princípios e estratégias de marketing no setor do

---

<sup>6</sup> Citado por Correia e Biscaia (2019, pag 63)

desporto, sendo uma ferramenta fundamental para atrair adeptos, patrocinadores e parceiros comerciais. Este conceito inclui tanto o marketing do desporto (promoção de eventos, equipas e produtos desportivos) como o marketing através do desporto (utilização do desporto como veículo promocional para outras marcas e produtos). O marketing desportivo distingue-se do marketing tradicional pelas suas características únicas, exigindo abordagens estratégicas adaptadas à natureza dinâmica e emocional do setor. De acordo com Mullin, Hardy e Sutton (2014), o desporto apresenta uma marca de intangibilidade e imprevisibilidade, uma vez que não se trata de um produto físico, mas sim de uma experiência emocional cujo desfecho é incerto, dificultando a padronização da oferta. Além disso, há um forte envolvimento emocional por parte dos consumidores, que frequentemente desenvolvem relações de lealdade com as suas equipas e atletas favoritos, baseadas na identidade social e no apego emocional. Outro aspeto fundamental é a influência dos meios de comunicação, sendo o desporto altamente dependente da cobertura mediática para atingir o seu público-alvo e maximizar receitas de transmissão e patrocínio.

No caso dos eventos desportivos, a sua natureza de curta duração e pontual exige um planeamento cuidadoso e estratégias promocionais eficazes para maximizar o seu impacto. Como refere Masterman (2004), os eventos desportivos integram-se numa “realidade complexa” onde fatores como o contexto temporal, a perceção pública e a envolvência mediática determinam o sucesso do produto final. A necessidade de atrair participantes, espectadores e patrocinadores num curto espaço de tempo obriga os organizadores a investir em comunicação estratégica, ativações criativas e parcerias eficazes para garantir não só a adesão, mas também a relevância e sustentabilidade económica do evento. Tal como apontado por Ribeiro & Correia (2022), a promoção adequada de um evento está intrinsecamente ligada à sua capacidade de gerar valor para os diferentes stakeholders, assegurando que este contribui para o desenvolvimento do desporto e para o posicionamento das marcas envolvidas. Neste contexto, o tradicional modelo dos 4Ps do marketing (Produto, Preço, Praça e Promoção), proposto por Kotler (1991), foi ampliado para os 7Ps do Marketing Desportivo, com a inclusão de Pessoas, Processos e Evidências Físicas (Adam Karg et al., 2022).

No que diz respeito ao produto, este pode assumir diversas formas no desporto, desde um evento ou competição até à performance de um atleta ou à criação de uma experiência digital. O desafio reside na capacidade das organizações conceberem

experiências envolventes que, como defendem Pine e Gilmore (1998),<sup>7</sup> geram valor percebido suficiente para justificar a sua valorização económica. O preço, por sua vez, deve refletir o valor percebido pelo consumidor, sendo frequentemente ajustado em função da procura. A distribuição diz respeito às formas de disponibilização do evento desportivo ao público, inclui tanto o acesso presencial aos eventos como a sua difusão através de plataformas digitais, o que amplia exponencialmente o alcance das competições.

A promoção abrange um conjunto diversificado de ferramentas, incluindo publicidade, relações-públicas, redes sociais e ativações de patrocínio, sendo determinante para a construção da identidade e notoriedade da marca desportiva (Kaplan & Haenlein, 2010)<sup>8</sup>. Os processos referem-se ao conjunto de interações que determinam a experiência do consumidor, desde a aquisição do bilhete até à participação no evento, passando pela qualidade dos serviços. As pessoas envolvidas no evento como atletas, dirigentes, staff e voluntários desempenham um papel crucial na perceção do serviço e na experiência do espectador (Theodorakis et al., 2013)<sup>9</sup>.

No que toca ao patrocínio e à publicidade no desporto e nos eventos, estes constituem instrumentos fulcrais para o financiamento e promoção do setor. Como destacam Adam Karg et.al (2022), a gestão do patrocínio deve ser entendida como um processo cíclico, que liga planeamento, ativação e avaliação numa lógica de melhoria contínua das práticas organizacionais. Esta visão permite às entidades patrocinadoras ajustar as suas ações com base nos resultados obtidos, assegurando que o patrocínio não seja uma ação isolada, mas sim uma componente integrada e dinâmica do marketing desportivo.

Com o advento das plataformas digitais, o marketing desportivo passou a incluir novos canais e estratégias. Seymour & Blakey (2021) enfatizam o papel do marketing digital no desporto, que permite um maior envolvimento dos adeptos através das redes sociais, transmissões em direto e conteúdos exclusivos. Estes autores destacam que as equipas e eventos desportivos devem aproveitar o marketing digital para criar narrativas envolventes e fortalecer as relações com os adeptos.

Além disso, o marketing desportivo não se limita apenas à promoção de eventos e equipas, mas também abrange estratégias de fidelização de adeptos e monitorização da experiência desportiva. A personalização das interações digitais, a utilização de big data

---

<sup>7</sup> Citado por Shilbury, et al. (2022, pag 25)

<sup>8</sup> Citado por Shilbury, et al. (2022, pag 32)

<sup>9</sup> Citado por Shilbury, et al. (2022, pag 263)

e inteligência artificial para segmentação de mercado, e a adoção de modelos de negócio baseados em conteúdos exclusivos são algumas das tendências emergentes destacadas por Karg et al. (2022).

Em síntese, o marketing desportivo é um campo dinâmico e essencial para a sustentabilidade e crescimento da indústria do desporto. A evolução das tecnologias digitais e o aumento da competitividade exigem que os gestores do desporto adotem estratégias inovadoras para captar e manter o interesse dos adeptos e patrocinadores. Assim, compreender e aplicar os princípios do marketing desportivo é fundamental para qualquer profissional da área da gestão do desporto.

Durante o estágio, estive envolvido em várias ações de marketing associadas à organização dos eventos, com especial destaque para o Portugal Rugby Youth Festival (PRYF). Participei ativamente na captação de marcas para a zona de expositores e merchandising oficial do evento, contactando empresas, como a marca +351, e ajudando a construir propostas de parceria ajustadas ao perfil do torneio.

Além disso, colaborei na criação de ideias para ativações de marca durante o evento, como a Mullet Station ou os desafios de força, com o objetivo de proporcionar experiências interativas e diferenciadoras para os participantes.

A experiência prática permitiu-me compreender como o marketing desportivo combina criatividade com planeamento estratégico, sendo essencial para garantir o envolvimento do público, a valorização dos patrocinadores e a construção da identidade dos eventos. Também percebi as dificuldades associadas à conversão de propostas em parcerias efetivas, o que reforçou a importância do timing e da adaptação das mensagens de comunicação a cada interlocutor.

A Figura 1.2, que representa a progressão do papel do marketing no desporto, revelou-se relevante à luz da minha experiência no estágio curricular na Move Sports. Embora não tenha acompanhado a evolução interna da organização ao longo dos anos, as atividades desenvolvidas durante o Portugal Rugby Youth Festival (PRYF) permitiram-me constatar que a estrutura do evento reflete um modelo organizacional semelhante ao representado na fase (d) do gráfico centrado na experiência do consumidor e no envolvimento do público. A participação em tarefas ligadas à ativação de marcas, apoio ao merchandising, contacto com patrocinadores e criação de espaços de interação evidenciou que o marketing já não se limita à promoção, mas está profundamente ligado à criação de valor para os participantes e parceiros. A organização demonstrou uma clara aposta em proporcionar experiências significativas e diferenciadoras, o que

confirma, mesmo sem conhecimento direto da sua trajetória evolutiva, a sua inserção num modelo de marketing desportivo centrado na participação ativa e na vivência do evento.

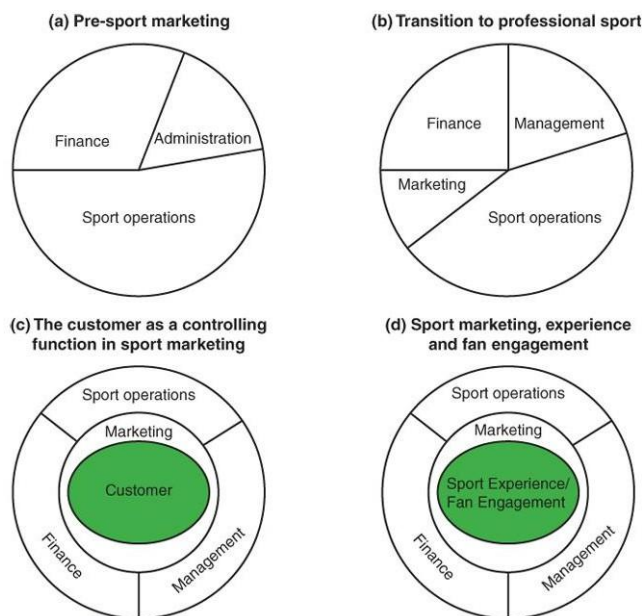


Figure 1.2 Importance of sport marketing.

Figura 1- Citado por Shilbury, et al. (2022, pag 30)

## 2.1.5 Eventos de Desporto

Os eventos desportivos são uma das expressões mais marcantes do desporto, funcionando como plataformas de competição, entretenimento e desenvolvimento social. Segundo Ribeiro e Correia (2022), a organização de um evento desportivo envolve uma série de processos estratégicos e operacionais que garantem a sua execução eficiente e o alcance dos seus objetivos. Estes eventos podem ser organizados com diferentes propósitos, como a promoção da prática desportiva, o desenvolvimento de infraestruturas locais, a criação de oportunidades económicas e a projeção mediática de uma região ou entidade desportiva.

Um evento desportivo pode ser entendido como um acontecimento planeado, de natureza temporária, no qual o desporto assume um papel central na sua conceção e realização. Destaca-se a espetacularidade, resultante da imprevisibilidade dos resultados e da forte carga emocional que envolve tanto os participantes como o público, proporcionando uma experiência singular. A periodicidade é igualmente relevante, dado

que os eventos podem assumir diferentes formatos, desde edições únicas até realizações recorrentes ou contínuas ao longo do tempo.

A interação com a comunidade constitui uma dimensão central, uma vez que a realização de um evento desportivo depende da participação ativa de diversos intervenientes, como atletas, treinadores, voluntários, patrocinadores e espetadores, o que potencia um elevado impacto social. Acresce a exposição mediática, facilitada pela cobertura televisiva, digital e jornalística, que amplia o alcance do evento e valoriza o retorno obtido por patrocinadores e investidores.

Complementando esta abordagem, Parent e Chappelet (2015)<sup>10</sup> propõem que os eventos desportivos podem ser analisados com base em várias categorias, nomeadamente o seu tamanho, as características espaciais, as características temporais, a tipologia desportiva (mono ou multidesportiva) e a sua orientação financeira.

A tipologia dos eventos desportivos pode ser representada segundo a sua dimensão, objetivo e impacto, como ilustrado na figura abaixo.

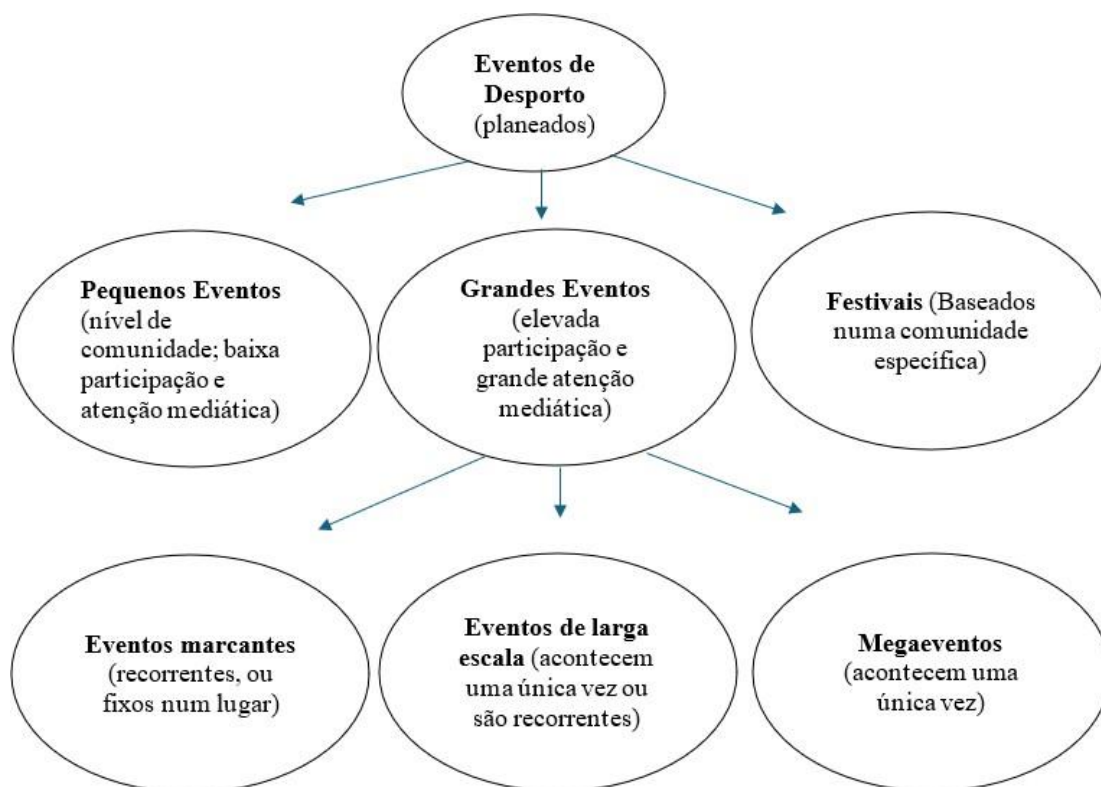


Figura 2 Eventos de desporto (adaptado de Parent & Smith-Swan, 2013, p.4) Citado por Ribeiro e Correia (2022, pag 14)

<sup>10</sup> Citado por Ribeiro e Correia (2022, pag 13)

Estes eventos variam desde pequenas iniciativas comunitárias até megaeventos de escala internacional, passando por festivais de base local e eventos marcantes ou de larga escala com diferentes graus de recorrência.

Para além das suas características organizacionais comuns a outros tipos de eventos, os eventos desportivos destacam-se por um elemento diferenciador essencial: o fator emoção. Como referem Chiappa & Atzeni (2016)<sup>11</sup>, os eventos de desporto possuem características próprias como outros eventos, acrescidas do fator emoção, que é uma característica única que os distingue de qualquer outro evento.

### **Impactos e Benefícios dos Eventos de Desporto**

Os eventos desportivos possuem uma relevância significativa que transcende a esfera competitiva, gerando impactos substanciais a nível económico, social, cultural e ambiental. O seu efeito pode ser imediato, manifestando-se durante a realização do evento, mas também pode prolongar-se a longo prazo, consolidando-se como um legado que beneficia as comunidades envolvidas. De acordo com Ribeiro e Correia (2022), a gestão eficaz de um evento desportivo deve assegurar que os benefícios resultantes da sua organização sejam potenciados, enquanto se minimizam os impactos negativos que possam surgir no processo.

No plano económico, os eventos desportivos são motores de dinamização de mercados locais e atração de investimento externo. Os efeitos económicos destes eventos podem ser diretos, indiretos e induzidos. O impacto direto refere-se à receita gerada por bilheteira, patrocínios, direitos de transmissão e venda de merchandising. O impacto indireto relaciona-se com o aumento do consumo na economia local, nomeadamente nos setores da hotelaria, restauração, transportes e comércio. Já o impacto induzido resulta do aumento do rendimento disponível entre aqueles que beneficiam diretamente do evento, impulsionando um ciclo de crescimento económico. Grandes eventos, como os Jogos Olímpicos ou Campeonatos do Mundo, exigem investimentos financeiros avultados, mas, se bem geridos, podem proporcionar um retorno económico expressivo. Eventos de menor dimensão, como competições regionais e nacionais, também desempenham um papel fundamental, sobretudo no desenvolvimento económico regional, proporcionando oportunidades de emprego temporário e fomentando o turismo desportivo.

---

<sup>11</sup> Citado por Ribeiro e Correia (2022, pag 14)

Para além do impacto económico, os eventos desportivos promovem benefícios sociais e culturais significativos. Através da sua capacidade de mobilização de comunidades, podem reforçar o sentimento de identidade e orgulho local, fomentar o envolvimento da população e incentivar a participação ativa no desporto. Estes eventos servem ainda como estímulo para a prática desportiva, impulsionando programas de formação e incentivando hábitos de vida saudáveis. Além disso, promovem a inclusão social, facilitando a participação de grupos marginalizados, como minorias étnicas, pessoas com deficiência e populações em risco de exclusão. Competições como os Jogos Paralímpicos e os Special Olympics são exemplos de como o desporto pode ser um veículo de inclusão e equidade social. O voluntariado desportivo é outro fator crucial, possibilitando o desenvolvimento de competências pessoais e profissionais e criando um impacto positivo nas comunidades onde os eventos são realizados.

No que toca aos impactos ambientais, a organização de eventos desportivos pode representar desafios consideráveis, sobretudo devido ao consumo intensivo de recursos naturais, produção de resíduos e aumento da pegada ecológica. No entanto, a crescente adoção de políticas de sustentabilidade tem permitido mitigar estes efeitos negativos. Medidas como a utilização de energias renováveis, a redução do desperdício alimentar e a implementação de práticas de reciclagem têm vindo a ser amplamente aplicadas na gestão de eventos desportivos. A mobilidade sustentável é outro aspeto essencial, promovendo o uso de transportes públicos, bicicletas e soluções de car-sharing para minimizar as emissões de carbono. Em eventos de grande escala, como os Jogos Olímpicos, a obtenção de certificações ambientais, como a ISO 20121, tornou-se uma norma para garantir a conformidade com padrões de sustentabilidade. Exemplos como os Jogos Olímpicos de Londres 2012 demonstram como um evento desportivo pode ser estruturado com base em princípios ecológicos, tornando-se uma referência para futuras edições

### **Tendências e Desafios na Organização de Eventos de Desporto**

A evolução da organização de eventos desportivos tem sido moldada por um conjunto de tendências e desafios que exigem uma adaptação contínua por parte dos organizadores. A digitalização, a sustentabilidade e a mudança no comportamento dos consumidores são fatores que têm transformado significativamente a forma como os eventos são planeados, promovidos e experienciados.

A crescente digitalização tem alterado profundamente a dinâmica dos eventos desportivos. A bilhética online tornou-se a principal forma de aquisição de bilhetes, que permite uma gestão mais eficiente da lotação dos eventos e reduz custos operacionais. As redes sociais assumiram um papel central na promoção e interação com o público, possibilitam uma comunicação mais direta e personalizada. Além disso, o streaming de eventos desportivos tem vindo a substituir progressivamente a transmissão televisiva convencional. Esta evolução tem também levado ao desenvolvimento de experiências interativas para os espetadores, incluindo realidade aumentada e plataformas de envolvimento digital.

A transformação dos modelos de financiamento e patrocínio é outro desafio premente na organização de eventos desportivos. Os métodos tradicionais de patrocínio, baseados na simples exposição de logótipos, estão a ser substituídos por estratégias mais imersivas e centradas na experiência do consumidor. As marcas procuram, cada vez mais, envolver diretamente os espetadores através de ativações inovadoras, permitindo interações que geram um impacto mais significativo e duradouro. Esta mudança tem sido impulsionada pela maior exigência dos consumidores, que valorizam experiências autênticas e envolventes. Para os organizadores de eventos, isto implica a necessidade de desenvolver parcerias estratégicas com patrocinadores que partilhem os valores do evento e estejam dispostos a investir em iniciativas que vão além da publicidade tradicional

Estas mudanças na forma como os eventos são organizados demonstram a crescente necessidade de inovação e adaptação por parte dos profissionais do setor. Os desafios impostos pelas novas tendências exigem uma abordagem mais estratégica e sustentável, garantem que os eventos desportivos continuem a desempenhar um papel fundamental na promoção do desporto, no crescimento económico e no desenvolvimento social. No futuro, será crucial encontrar um equilíbrio entre a maximização do impacto positivo dos eventos e a minimização das suas externalidades negativas, assegurando que a sua realização seja sustentável e benéfica para todas as partes envolvidas

A organização do PRYF permitiu compreender na prática as diferentes fases de um evento desportivo e os seus múltiplos impactos. Participei em tarefas de montagem de campos, coordenação de equipamentos, orientação de equipas e montagem de sinalética, o que me deu uma visão completa do que implica operacionalizar um evento desta escala. Tive também contacto com a experiência do público e com o impacto social

gerado pela presença de centenas de atletas e visitantes, confirmando o papel dos eventos como motores de dinamização económica e social.

### **2.1.6 Planeamento de um evento desportivo**

O planeamento de um evento desportivo constitui um processo dinâmico e interligado, que exige uma abordagem estruturada e metodológica. A literatura especializada evidencia diferentes modelos conceptuais, convergindo, contudo, na identificação de etapas críticas para a sua organização eficiente. Neste sentido, segundo Ribeiro e Correia (2022) a estrutura aqui adotada assenta em quatro fases fundamentais: conceção inicial, planeamento operacional, implementação e controlo, e avaliação e renovação. Cada uma destas fases encerra desafios e responsabilidades específicas, cuja articulação adequada contribui decisivamente para o sucesso do evento.

#### **1. Fase de Conceção Inicial**

A fase de conceção inicial marca o ponto de partida de qualquer evento desportivo, sendo neste momento que se estabelece a sua razão de ser, o seu enquadramento ético e os objetivos fundamentais que o sustentam. Para Mallen e Adams (2017)<sup>12</sup>, compete ao gestor do desporto definir o propósito do evento e clarificar os parâmetros essenciais que o caracterizam, como a designação, o local, a duração, o tipo de competição, o orçamento estimado, os parceiros envolvidos, os apoios previstos e a estrutura organizacional. Esta fase compreende, igualmente, a identificação do staff técnico, o reconhecimento das necessidades do público-alvo e a análise da viabilidade do evento no contexto específico em que se insere. A ponderação entre a ambição conceptual e os recursos efetivamente disponíveis exige pragmatismo e conhecimento aprofundado do setor.

#### **2. Fase de Planeamento Operacional**

Superada a fase de conceção, segue-se o desenvolvimento de planos operacionais lógicos e sequenciais, ajustados à complexidade e tipologia do evento. Esta fase assume particular relevância, dado que a sua eficácia condiciona o desempenho das equipas organizadoras e a fluidez das operações nos momentos decisivos. Como referem Parent e Smith-Swan (2013)<sup>13</sup>, os planos operacionais devem ser elaborados em áreas

---

<sup>12</sup> Citado por Ribeiro e Correia (2022, pag 41)

<sup>13</sup> Citado por Ribeiro e Correia (2022, pag 59)

funcionais distintas, tendo em conta a dimensão e a configuração específica de cada evento.

Cada área funcional: como transporte, alojamento, comunicação, logística, hospitalidade, segurança, acreditação, voluntariado, instalações e equipamentos desportivos deve possuir um plano autónomo e detalhado. É importante salientar que para cada uma destas áreas funcionais deve existir um plano operacional detalhado, que requer a definição de objetivos, planos de ação e cronogramas, a indicação dos responsáveis pela sua execução, sistemas de controlo, orçamento e aquisição de recursos (Mallen & Adams, 2017)<sup>14</sup>. A esta fase cabe ainda a previsão de riscos potenciais e a preparação de planos de contingência adequados, salvaguardando a continuidade e estabilidade das operações mesmo perante imprevistos.

### **3. Fase de Implementação e Controlo**

A terceira fase corresponde à operacionalização concreta do planeamento efetuado. A fase de implementação e controlo começa com a aplicação dos planos operacionais, movendo os conceitos e processos planeados, para a execução plena das tarefas a desenvolver pelos funcionários e voluntários do evento (Buchanan & O'Connell, 2006)<sup>15</sup>. O sucesso da execução depende da exata correspondência entre o que foi planeado e o que é implementado no terreno, exigindo coordenação rigorosa e capacidade de resolução imediata de problemas.

Segundo Allen et al. (2008)<sup>16</sup>, o controlo exercido pelo gestor inicia-se com a sua presença ativa no local do evento e estende-se ao acompanhamento rigoroso das tarefas, à verificação do cumprimento dos cronogramas, à supervisão dos planos de responsabilidade e à análise contínua dos orçamentos e relatórios. A capacidade de monitorização em tempo real revela-se, assim, essencial para garantir que as atividades decorram sem sobressaltos e que a experiência dos diversos stakeholders seja otimizada.

### **4. Fase de Avaliação e Renovação**

Concluído o evento, impõe-se a realização de uma avaliação sistemática e crítica, de modo a aferir os resultados alcançados face aos objetivos traçados. Esta fase não se limita à simples verificação do cumprimento de tarefas, consiste no processo de observação, medição e avaliação crítica do evento, com o intuito de avaliar os seus

---

<sup>14</sup> Citado por Ribeiro e Correia (2022, pag 59)

<sup>15</sup> Citado por Ribeiro e Correia (2022, pag 115)

<sup>16</sup> Citado por Ribeiro e Correia (2022, pag 120)

resultados de forma precisa (McDavid & Hawthorn, 2006)<sup>17</sup>. A avaliação deverá abranger aspetos como a qualidade dos serviços prestados, a eficácia da comunicação, o grau de satisfação dos participantes e dos parceiros, bem como o retorno financeiro e social do evento. A elaboração de relatórios finais e a sistematização das aprendizagens adquiridas permitem não só encerrar o ciclo organizacional, mas também preparar futuras edições com maior robustez e eficiência.

O planeamento de um evento desportivo exige uma abordagem estratégica, onde todas as fases devem ser cuidadosamente coordenadas para garantir o sucesso. Desde a definição de objetivos até à avaliação pós-evento, cada etapa desempenha um papel crucial na organização de um evento bem-sucedido. A gestão de recursos, a organização logística, o planeamento financeiro e a promoção do evento são elementos que, quando bem executados, contribuem para a criação de uma experiência memorável e sustentável tanto para os participantes quanto para o público.

Durante o estágio, participei em várias fases do planeamento de eventos, desde o contacto inicial com clubes e escolas, à construção de pacotes de alojamento, definição de horários e acompanhamento logístico. A elaboração de itinerários detalhados para equipas internacionais obrigou-me a articular necessidades desportivas com exigências logísticas e culturais. A gestão do tempo, dos recursos e da comunicação com múltiplos intervenientes demonstrou-me o quão essencial é um planeamento flexível, mas rigoroso, para garantir que tudo decorre dentro dos padrões esperados.

## **2.2 Contexto legal**

Ao longo do estágio na Move Sports, foi possível compreender a relevância do enquadramento legal na organização e execução de eventos desportivos, não apenas como uma exigência normativa, mas como uma componente essencial para garantir a qualidade, segurança e legitimidade das atividades realizadas.

As tarefas desenvolvidas no processo de organização de torneios internacionais como o Portugal Rugby Youth Festival, o Portugal Volleyball Festival ou o Portugal Summer Football Cup evidenciaram a necessidade de cumprir com diferentes requisitos legais, nomeadamente ao nível das inscrições de equipas, gestão de seguros, autorizações para

---

<sup>17</sup> Citado por Ribeiro e Correia (2022, pag 137)

utilização de espaços, e contratualização de serviços externos (como segurança, alimentação ou arbitragem).

Uma das atividades com maior exigência legal foi a gestão das inscrições. Esta implicava não só a verificação do número de atletas e da elegibilidade das equipas, mas também a confirmação da posse de seguros desportivos válidos, uma exigência fundamental para garantir a proteção dos participantes em caso de acidentes. O controlo destes elementos implicava contacto direto com os representantes das equipas, bem como o tratamento de documentação sensível, obrigando ao respeito pelas normas de proteção de dados e confidencialidade.

A utilização de instalações desportivas e escolares para a realização dos jogos exigiu também atenção ao enquadramento legal e contratual. Foi necessário articular com diferentes entidades para garantir que os espaços estavam legalmente licenciados para a prática desportiva e devidamente assegurados. A cedência de instalações implicava a assinatura de acordos formais e o cumprimento de regras internas, como horários de utilização, limites de ruído e responsabilidades em caso de danos.

Adicionalmente, as tarefas relacionadas com a gestão de voluntários e colaboração com árbitros e equipas técnicas implicaram o respeito pelas normas laborais e legais aplicáveis à prestação de serviços eventuais. A formalização de participações através de termos de responsabilidade, bem como a garantia de condições básicas de segurança e informação sobre as funções a desempenhar, foram aspetos relevantes deste processo. Outro aspeto importante prende-se com a gestão dos direitos de imagem. A presença de fotógrafos e equipas de filmagem nos eventos organizados implicava a recolha e utilização de imagens de atletas, treinadores e elementos do público. Para garantir o cumprimento das normas legais, foi necessário solicitar autorizações prévias às equipas participantes, garantindo que os direitos de imagem dos envolvidos eram respeitados. Este procedimento foi particularmente relevante nas ações de comunicação e marketing da empresa, sobretudo quando as imagens recolhidas eram utilizadas em materiais promocionais, redes sociais e apresentações comerciais. A ausência de uma gestão rigorosa deste processo poderia colocar em risco a reputação da empresa e levar a conflitos legais com os participantes ou representantes legais de menores.

A experiência prática demonstrou que o respeito pelo quadro legal não é apenas uma formalidade, mas uma garantia de profissionalismo, segurança e confiança para todos os intervenientes. A legalidade dos procedimentos reforça a reputação da organização,

assegura a tranquilidade dos participantes e previne riscos operacionais e jurídicos que possam comprometer o sucesso do evento.

## **2.3 Contexto institucional**

### **2.3.1 História**

A Move Sports é uma empresa especializada na gestão e organização de eventos desportivos, consolidando-se como um dos principais operadores neste setor em Portugal e Espanha. Com mais de 16 anos de atividade, tem vindo a expandir a sua atuação, oferecendo serviços direcionados para clubes, escolas e empresas, promovendo eventos que abrangem diversas modalidades desportivas. Ao longo deste percurso, a empresa organizou mais de 2100 sports tours, envolvendo equipas e atletas de 125 nacionalidades, consolidando a sua reputação como um operador global na organização de eventos desportivos. Desde a sua fundação, a empresa tem seguido uma estratégia de internacionalização, estabelecendo parcerias com entidades desportivas de diferentes países. A aposta na personalização dos eventos e na otimização dos recursos desportivos tem sido um dos pilares do seu crescimento, permitindo-lhe proporcionar experiências que combinam competição, formação desportiva e desenvolvimento humano. A Move Sports assume um papel ativo na promoção do desporto, garantindo que os seus eventos não se limitam à vertente competitiva, mas também contribuem para a valorização da prática desportiva como um meio de bem-estar e socialização.

A equipa que compõe a Move Sports apresenta uma formação diversificada e especializada, reunindo profissionais com experiência nas áreas da gestão do desporto, turismo desportivo, hospitalidade e comunicação. Além disso, conta com colaboradores que detêm um percurso relevante como atletas de alto rendimento em modalidades como rugby, andebol, basquetebol e futebol, o que permite um conhecimento prático e aprofundado das dinâmicas desportivas. Este fator tem sido determinante para o desenvolvimento de programas que respeitam os mais elevados padrões de exigência técnica e organizativa.

A experiência da Move Sports na organização de eventos de grande escala é evidenciada pela participação da sua equipa em competições internacionais, como os Jogos Olímpicos do Rio 2016 e o World Rugby U20 Championship. Esta vivência

consolidou a sua capacidade para operar em diferentes contextos desportivos, desde eventos locais a competições internacionais, reforçando a sua posição no setor da gestão de eventos desportivos.

Ao longo dos anos, a Move Sports tem vindo a afirmar-se como um operador estratégico na indústria do desporto, destacando-se pela sua capacidade de planear e executar eventos com rigor organizativo e atenção ao detalhe. O seu compromisso com a qualidade e a inovação reflete-se na confiança depositada por clubes e federações desportivas, bem como pelo crescimento sustentado do número de eventos organizados. Através da sua atuação, a empresa contribui ativamente para a dinamização do desporto e para a valorização das experiências desportivas como instrumento de desenvolvimento individual e coletivo Move Sports (2024).

### **2.3.2 Instalações**

A sede da Move Sports está localizada na Rua dos Fornos, 21, 1º Dto, 2770-066 Paço de Arcos, Lisboa, Portugal. Situada na área metropolitana de Lisboa, a localização da empresa oferece fácil acessibilidade tanto para clientes nacionais como internacionais, beneficiando da proximidade a importantes eixos rodoviários, transportes públicos e ao Aeroporto Humberto Delgado, o que facilita a mobilidade dos seus colaboradores e parceiros.

As instalações da Move Sports estão estruturadas para dar resposta às exigências da organização e gestão de eventos desportivos, contando com espaços administrativos equipados com as ferramentas necessárias para o planeamento, comunicação e coordenação logística das suas atividades. A infraestrutura permite a realização de reuniões estratégicas, contacto permanente com clientes e parceiros, bem como a gestão operacional dos vários eventos que organiza ao longo do ano. Para além disso a Move Sports ainda contém um armazém descentralizado da sede para poder guardar material de suporte para a realização dos eventos desportivos.

Dada a natureza do trabalho desenvolvido, a Move Sports não opera apenas a partir da sua sede, mas mantém uma presença ativa em diversas infraestruturas desportivas em Portugal e Espanha, garantindo que os eventos são realizados nos locais mais adequados às necessidades de cada cliente. A empresa estabelece parcerias com centros desportivos, estádios, pavilhões e complexos de treino, assegurando o acesso a instalações de qualidade para a realização dos seus serviços.

A escolha estratégica das suas instalações e a sua estrutura organizacional permitem à Move Sports uma gestão eficiente e flexível dos seus eventos, garantindo um acompanhamento próximo e personalizado dos clientes, assim como uma resposta às exigências operacionais inerentes à organização de eventos desportivos de diferentes escalas e modalidades.

### **2.3.3 Serviços**

A Move Sports disponibiliza uma ampla gama de serviços especializados na organização de eventos desportivos, com especial foco na realização de torneios em diversas modalidades.

Os eventos organizados anualmente pela Move Sports são:

- Portugal Rugby Youth Festival– O maior torneio de rugby juvenil da Europa, proporcionando às equipas participantes jogos contra adversários internacionais, bem como momentos de lazer e convívio.
- Lisbon Basketball Youth Cup – Um torneio que reúne equipas de várias nacionalidades, promovendo a diversidade competitiva e permitindo que cada equipa demonstre a sua identidade e estilo de jogo.
- Portugal Volleyball Festival – Evento para jovens atletas dos escalões Sub-14, Sub-16 e Sub-18, promovendo o voleibol juvenil num ambiente internacional e competitivo.
- Portugal Summer Football Cup – Torneio destinado a equipas seniores, abrangendo categorias de 7x7 e 11x11 para jogadores semiprofissionais, amadores e grupos de amigos.
- Lisbon Football Youth Cup – Competição de grande dimensão no futebol juvenil, aberta a clubes e escolas.
- Portugal Netball Festival (Lisboa, 1 e 2 de novembro de 2025) – Torneio internacional de netball para equipas juvenis e adultas, reforçando a promoção e o crescimento da modalidade a nível europeu.
- Lisbon Handball Youth Cup (datas a anunciar) – Evento direcionado para jovens praticantes de andebol, oferecendo às equipas a oportunidade de competir num contexto internacional.
- Portugal Padel Festival – Um evento pensado para a comunidade do padel, proporcionando um fim de semana de competição e convívio social.

Para além dos torneios, a Move Sports organiza também tours desportivas, estágios desportivos, e programas personalizados, ajustados aos objetivos de cada cliente. No entanto, estes serviços são desenvolvidos de forma pontual e sem uma periodicidade fixa, sendo planeados de acordo com a disponibilidade das instalações desportivas e as necessidades dos clientes.

Através da sua experiência e rede de parcerias, a Move Sports mantém a sua posição como uma referência na gestão de eventos desportivos, garantindo experiências desportivas enriquecedoras e adaptadas às exigências de cada equipa ou organização.

### **2.3.4 Enquadramento Institucional**

A Move Sports posiciona-se no mercado como uma empresa de referência na organização de eventos desportivos nacionais e internacionais, orientando a sua atuação por uma visão estratégica centrada na inovação, na excelência organizacional e na criação de experiências memoráveis. A empresa procura oferecer serviços diferenciadores, que não apenas respondem às necessidades logísticas e operacionais dos seus clientes, mas que também os inspiram a alcançar o seu máximo potencial, seja a nível desportivo, institucional ou humano.

Segundo Masterman (2014), a organização de eventos desportivos deve articular-se com uma lógica de planeamento estratégico, garantindo a coerência entre os objetivos da organização, as necessidades dos participantes e as práticas operacionais. Neste sentido, a Move Sports apresenta um modelo organizativo flexível, multidisciplinar e orientado para a experiência do cliente.

Para concretizar esta missão, a empresa agrega uma equipa técnica composta por profissionais oriundos de diversas áreas como Gestão Desportiva, Gestão Empresarial, Hotelaria e Turismo, Direito, Design e Ciências da Comunicação permitindo a adoção de uma abordagem integrada e colaborativa. Esta diversidade de valências contribui para a resposta eficiente às exigências multidimensionais da organização de eventos,

promovendo a inovação e a capacidade de adaptação (Bowdin et al., 2023).

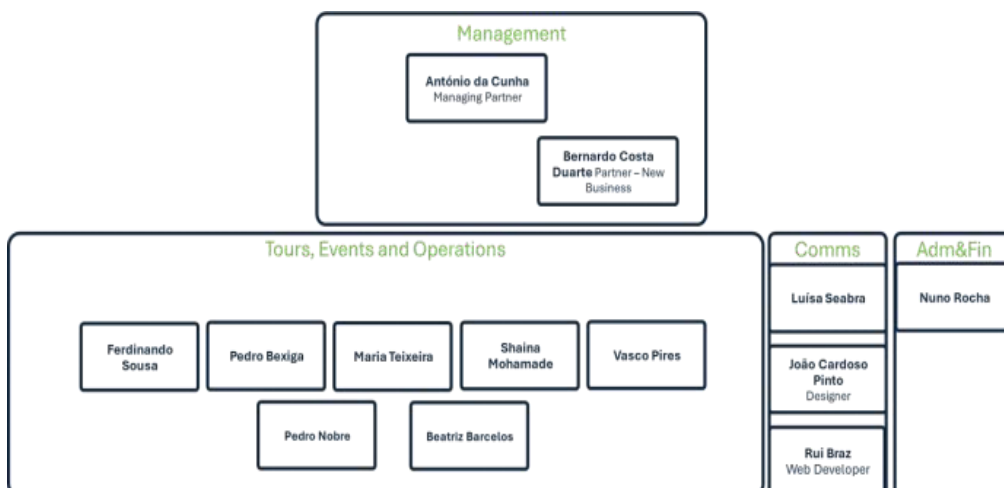


Figura 3

A estrutura organizacional da empresa, apresentada no organograma da Figura 1, evidencia uma equipa jovem, enxuta e funcional, cujo funcionamento depende fortemente da articulação horizontal entre os departamentos. A liderança é assumida pelo CEO e pelo Diretor de Negócios, Dr. Bernardo Costa Duarte, que coordenam uma equipa operacional composta por sete elementos na área de Tours, Events e Operations, três profissionais na comunicação, e um responsável pela área financeira.

Durante o estágio, fui desafiado pelo Dr. Bernardo Costa Duarte a integrar diferentes áreas da empresa, de forma a adquirir uma visão transversal das suas dinâmicas internas. Esta metodologia formativa, que privilegia a rotação funcional e o contacto direto com múltiplos contextos, está alinhada com os princípios da aprendizagem experiencial e com o desenvolvimento de competências transversais essenciais na gestão de organizações desportivas (Chelladurai, 2014).

## Capítulo 3 – Realização da Prática Profissional

### 3.1 Atividades, tarefas e ações

A experiência desenvolvida na Move Sports inseriu-se num modelo de gestão organizacional assente na polivalência, colaboração e orientação para resultados. Integrado na equipa operacional, participei ativamente nas diferentes fases da organização de eventos desportivos, nomeadamente no contacto com clubes, planeamento logístico, ativação de marcas, organização de tours internacionais e coordenação de tarefas no terreno. Esta abordagem integrada está em consonância com o ciclo de planeamento estratégico de eventos proposto por Masterman (2014), que

distingue as fases de conceção, promoção, implementação e avaliação como pilares fundamentais para o sucesso dos eventos desportivos.

Ao longo do estágio, destaquei-me pela minha capacidade de adaptação às diversas necessidades operacionais da empresa. A participação na fase de angariação de equipas internacionais envolveu contactos com clubes de voleibol, basquetebol e futebol, e a elaboração de propostas personalizadas de alojamento, transporte e serviços complementares. Esta atividade inseriu-se numa lógica de marketing relacional, onde a comunicação com os clientes deve ser adaptada ao seu perfil, reforçando a confiança e o compromisso com a organização (Shilbury et al., 2022).

Na vertente logística, estive envolvido no planeamento detalhado dos itinerários de equipas estrangeiras, assegurando horários, transfers e refeições. Este tipo de tarefa exigiu uma abordagem meticulosa, atenta ao detalhe, e uma forte capacidade de articulação com diferentes stakeholders, desde operadores turísticos a estruturas de alojamento. Segundo Slack e Parent (2006), a eficácia na gestão desportiva depende da capacidade de coordenação entre diferentes sistemas de ação organizacional algo particularmente visível em eventos de média e grande escala.

A gestão de voluntários e a resolução de imprevistos durante os eventos permitiram-me desenvolver competências de liderança situacional, tal como descrito por Yukl (2013). O ajustamento da comunicação e da delegação de tarefas em função da experiência e perfil dos voluntários revelou-se essencial para manter a coesão e a produtividade das equipas.

A tabela seguinte sintetiza as principais atividades desenvolvidas durante o estágio, articulando cada tarefa com a respetiva área funcional:

*Tabela 1*

<b>Área de Atuação</b>	<b>Descrição da Atividade</b>	<b>Tipo de Intervenção</b>	<b>Área Funcional</b>
Captação de equipas	Contacto com clubes nacionais e internacionais para torneios desportivos.	Comercial/Promoção	Comunicação
Organização logística	Planeamento de alojamento,	Planeamento e Execução	Tours, Events and Operations

	transportes e refeições.		
Comunicação com marcas	Propostas comerciais e negociação com patrocinadores e expositores.	Comercial e Relações-Públicas	Tours, Events and Operations
Planeamento de itinerários	Criação de programas detalhados para equipas estrangeiras.	Planeamento Logístico	Tours, Events and Operations
Montagem e desmontagem	Montagem de tendas, sinalética e estruturas físicas.	Execução Operacional	Tours, Events and Operations
Coordenação de voluntários	Atribuição de tarefas, orientação e supervisão.	Coordenação de Recursos Humanos	Tours, Events and Operations
Resolução de imprevistos	Gestão de situações urgentes em tempo real.	Resolução de Problemas	Tours, Events and Operations
Ativação de marcas e produtos	Apoio ao merchandising oficial e à dinamização de espaços promocionais.	Apoio à Comunicação	Comunicação

Ao longo deste processo, foi possível articular os saberes académicos adquiridos durante o mestrado com a realidade prática da organização de eventos. As competências desenvolvidas como comunicação interpessoal, planeamento, negociação, resolução de problemas e liderança correspondem às áreas-chave identificadas por Chelladurai (2014) como fundamentais para os profissionais da gestão do desporto.

### **3.1.2. Portugal Rugby Youth Festival 2025**

A participação no Portugal Rugby Youth Festival (PRYF) 2025 constituiu o ponto alto do estágio, representando uma oportunidade única para aplicar, em contexto real, os princípios fundamentais da gestão de eventos desportivos. O evento, de grande escala,

reuniu centenas de atletas nacionais e internacionais e exigiu um elevado grau de coordenação logística e articulação interdepartamental.

Segundo Bowdin et al. (2023), eventos desportivos exigem uma abordagem integrada que envolva desde a conceção estratégica até à desmontagem física do espaço, assegurando a experiência do público e a eficácia operacional. Neste sentido, a minha participação englobou diversas fases do PRYF, permitindo uma compreensão alargada do ciclo completo de um evento.

Durante a fase de preparação, estive envolvido na montagem da infraestrutura física do recinto, incluindo campos de jogo, tendas, zonas de branding, áreas de alimentação e sinalética. Esta componente operacional demonstrou a importância da antecipação de problemas, da atenção ao detalhe e da aplicação dos princípios da logística desportiva (Masterman, 2014).

Assumi ainda responsabilidades na coordenação de voluntários, nomeadamente na definição de tarefas, na organização de turnos e na supervisão da entrega de kits e credenciais. Estas tarefas exigiram competências de liderança situacional e gestão de recursos humanos em contexto de evento, conforme descrito por Yukl (2013).

Participei também na ativação de marcas e na montagem de expositores comerciais, o que implicou o contacto direto com patrocinadores, a recolha de materiais promocionais e a organização do espaço de merchandising. De acordo com Shilbury et al. (2022), a ativação eficaz de patrocínios é crucial para reforçar o valor de marca dos parceiros e criar experiências positivas para os consumidores.

Durante os dias do evento, colaborei na distribuição de refeições, na monitorização das condições dos campos e atuei como marcador em jogos oficiais. Além disso, coordenei uma atividade de rãguebi adaptado, articulando com parceiros sociais e garantindo acessibilidade e inclusão, o que reforça o papel dos eventos desportivos como plataformas de responsabilidade social (Trenberth & Hassan, 2011).

Finalmente, estive envolvido na fase de desmontagem e reposição da infraestrutura da Cidade Universitária, o que incluiu a recolha e devolução de equipamentos, desmontagem de estruturas temporárias e limpeza dos espaços. Esta fase final evidenciou a importância de encerrar um evento com o mesmo nível de rigor e planeamento aplicado à sua fase inicial, respeitando o espaço público e os compromissos institucionais assumidos.

Descrição do evento:

A 17.<sup>a</sup> edição do Dove Men+Care Portugal Rugby Youth Festival (PRYF) realizou-se nos dias 12 e 13 de abril de 2025 no Estádio Universitário de Lisboa, afirmando-se novamente como o maior torneio de rugby juvenil da Europa e um dos principais eventos desportivos da cidade de Lisboa.

Organizado pela Move Sports, o festival atraiu mais de 3.200 jovens atletas, 125 equipas e registou uma assistência recorde de aproximadamente 35.000 visitantes ao longo do fim de semana.

O evento contou com a participação de equipas de 18 países, representando os cinco continentes, com destaque para a presença de nações como Zimbabwe, Irlanda, Nova Zelândia, Estados Unidos, Espanha e Bélgica, entre outras.

Ao todo, disputaram-se 300 jogos em 8 campos, envolvendo 1.650 jogadores estrangeiros e 1.550 jogadores portugueses, arbitrados por cerca de 50 árbitros de diversos países.

Vencedores das Categorias:

U13: AA AIS Agronomia (Portugal)

U15 Boys: VRAC Quesos Entrepinares (Espanha)

U15 Girls: Richmond RFC (Irlanda)

U17 Boys: CR Técnico (Portugal)

U18 Girls: Northcote (Nova Zelândia)

U19 Boys: GD Direito (Portugal)

Cada final foi marcada por um ambiente vibrante no Campo de Honra, celebrando o talento, o esforço e o fair play.

### **Inovação, Inclusão e Sustentabilidade:**

O PRYF 2025 reforçou o seu compromisso com iniciativas de educação e inclusão, introduzindo novidades como o T1 Rugby, um formato de rugby sem contacto apoiado pela World Rugby, e realizando ações de formação certificadas para treinadores e árbitros.

O evento também promoveu a inclusão de pessoas com deficiência através de uma demonstração de rugby em cadeira de rodas e de parcerias com entidades como a Sociedade Portuguesa de Esclerose Múltipla, o projeto OH GUI - Rugby para Todos e a Escolinha de Rugby da Galiza.

No domínio da sustentabilidade, foram implementadas medidas ecológicas, como a distribuição de garrafas reutilizáveis em parceria com a ECO-Filtered Water e ações de reciclagem em conjunto com a Sociedade Ponto Verde.

### **Patrocinadores:**

Os patrocinadores desempenharam um papel central na concretização e sucesso do festival. O evento contou com o apoio estratégico e financeiro de diversas marcas de renome.

*Tabela 2*

Categoria	Entidades Envolvidas
Patrocinador Principal	Dove Men+Care
Patrocinadores Premium	Santander, Joaquim Chaves Saúde, Honda
Patrocinadores Gerais	EMEL, Heliocare, Isuzu, Brave Generation Academy (BGA)
Patrocinadores Institucionais	Junta de Freguesia de Alvalade, IPDJ, Federação Portuguesa de Rugby, Fundação do Desporto
Parceiros do Evento	Bris, Fundação Henrique Leote, Fiuza, Prozis, Gilbert, ECO – Filtered Water
Parceiro Ecológico	Sociedade Ponto Verde
Apoio Especial	Visit Portugal

O patrocinador principal do evento foi a Dove Men+Care, que, para além de dar nome ao evento, promoveu uma campanha de sensibilização para a saúde mental masculina, tendo apresentado o primeiro estudo nacional sobre esta temática em Portugal. Entre os patrocinadores premium destacaram-se o Santander, a Joaquim Chaves Saúde e a

Honda, marcas com forte presença e envolvimento no apoio ao evento. No grupo de patrocinadores gerais, contaram-se a EMEL, a Heliocare, a Isuzu e a Brave Generation Academy (BGA).

A nível institucional, o evento contou com o apoio da Junta de Freguesia de Alvalade, do Instituto Português do Desporto e Juventude (IPDJ), da Federação Portuguesa de Rugby e da Fundação do Desporto, entidades que reforçaram a credibilidade e o enquadramento desportivo da iniciativa. Como parceiros do evento, estiveram envolvidos a Bris, a Fundação Henrique Leote, a Fiuza, a Prozis, a Gilbert e a ECO – Filtered Water, contribuindo com diferentes tipos de suporte logístico e promocional. No domínio da sustentabilidade, a Sociedade Ponto Verde assumiu o papel de parceiro ecológico, garantindo uma abordagem ambientalmente consciente. Por fim, o evento contou ainda com o apoio especial do Visit Portugal, entidade que reforçou a vertente turística e internacional da iniciativa.

A parceria com estas entidades não só garantiu recursos financeiros e logísticos cruciais, como também permitiu enriquecer o evento com ativações de marca criativas, ações de responsabilidade social, e dinâmicas de sensibilização ambiental.

Comunicação:

Em termos de impacto de comunicação, o PRYF 2025 atingiu: 5.544.412 impressões totais. Um valor de media equivalente (AVE) de 1.957.375,97€. Gerou 5.900 noites de alojamento em Lisboa, dinamizando a economia local.

O branding dos patrocinadores esteve visível em múltiplos locais do evento como: campos de jogo, backdrop oficial, camisolas, sacos do evento, estrutura outdoor na cidade de Lisboa, entre outros, maximizando o retorno de exposição mediática e fortalecendo a associação das marcas ao universo positivo do desporto juvenil

O Dove Men+Care Portugal Rugby Youth Festival 2025 consolidou-se como um evento de referência em Portugal e na Europa, não apenas pelo volume de participação e qualidade desportiva, mas também pelo seu compromisso com a educação, a inclusão social e a sustentabilidade ambiental. A colaboração com um vasto leque de patrocinadores foi fundamental para o crescimento contínuo do festival, reforçando a capacidade do desporto juvenil em mobilizar comunidades, promover valores e gerar impacto positivo a vários níveis.

A próxima edição do festival já está agendada para os dias 28 e 29 de março de 2026, prometendo novas oportunidades de crescimento e inovação.

### **3.2. Dificuldades e resoluções**

A vivência de um estágio profissional envolve inevitavelmente o contacto com situações inesperadas nomeadamente no contexto dos eventos desportivos, desafios operacionais e contextos de tomada de decisão em tempo real. A gestão de imprevistos é, segundo Slack e Parent (2006), uma competência central na gestão organizacional, especialmente em contextos desportivos, onde múltiplos agentes interagem sob elevada pressão temporal.

Um dos principais desafios enfrentados foi a angariação de equipas em períodos críticos da época desportiva. A dificuldade em estabelecer contacto com clubes durante fases de exames ou competições nacionais comprometeu o planeamento inicial. Como resposta, implementei um ajustamento estratégico no calendário de contactos e personalizei as comunicações, seguindo os princípios de marketing de relacionamento e antecipação de necessidades (Shilbury et al., 2022).

Durante o PRYF, enfrentei ainda uma situação de insatisfação por parte de uma equipa relativamente às refeições fornecidas pelo hotel. Esta situação exigiu uma resposta rápida e eficaz, tendo articulado com a equipa para encontrar alternativas logísticas que garantissem o conforto do grupo. A capacidade de resolução de problemas em tempo real, associada a competências de comunicação e negociação, revelou-se fundamental, conforme destaca Chelladurai (2014) no contexto da tomada de decisão sob pressão em organizações desportivas.

A gestão de voluntários com diferentes níveis de motivação e experiência constituiu outro desafio relevante. Para melhorar a eficácia das operações, desenvolvi um modelo simples de organização de turnos e atribuição de tarefas. Esta medida teve impacto direto na fluidez das atividades e está alinhada com os princípios da liderança adaptativa e da coordenação de equipas temporárias (Yukl, 2013).

Estas experiências reforçaram a minha capacidade de autonomia, pensamento crítico e adaptação a contextos de elevada exigência operacional, contribuindo para o desenvolvimento de competências transversais e específicas no âmbito da gestão do desporto.

### **3.3. Sistema de avaliação e controlo do trabalho desenvolvido**

A avaliação do trabalho desenvolvido durante o estágio assentou num modelo de acompanhamento contínuo, com feedback informal por parte dos supervisores diretos, reuniões de equipa e monitorização de resultados concretos. Segundo Slack e Parent (2006), o controlo organizacional pode assumir diferentes formas, sendo o feedback interpessoal uma ferramenta eficaz, sobretudo em estruturas de pequena dimensão e elevada interdependência funcional.

Indicadores como o número de equipas angariadas, a eficácia logística, o cumprimento de prazos e a fluidez operacional dos eventos serviram como métricas de desempenho. O reconhecimento da equipa, expresso na atribuição de novas responsabilidades como a gestão de voluntários, o contacto com fornecedores e a coordenação de atividades promocionais, funcionou como validação prática da minha evolução ao longo do estágio.

A utilização de ferramentas colaborativas como ficheiros partilhados, bases de dados e calendários operacionais permitiu o controlo eficaz das tarefas em curso e reforçou a cultura organizacional de transparência e partilha de responsabilidades. Este tipo de controlo funcional está alinhado com o conceito de team-based accountability, promovido nas abordagens contemporâneas de gestão organizacional (Trenberth & Hassan, 2011).

A conjugação entre avaliação formal (resultados observáveis) e informal (feedback qualitativo) revelou-se adequada à dimensão da empresa e favoreceu o desenvolvimento de uma aprendizagem experiencial orientada para a melhoria contínua.

## **Capítulo 4 – Conclusão, Síntese Geral e Perspetivas Para o Futuro**

### **4.1 Principais linhas de conclusão**

O estágio na Move Sports, com foco principal na organização do Dove Men+Care Portugal Rugby Youth Festival 2025 (PRYF), constituiu uma experiência formativa ímpar, na qual pude aplicar de forma concreta os conhecimentos adquiridos ao longo do mestrado e desenvolver competências essenciais à atuação profissional na área da gestão do desporto. A integração numa estrutura multidisciplinar e a participação ativa em projetos de elevada complexidade operacional permitiram-me compreender a articulação entre os diferentes domínios que compõem o setor, nomeadamente a logística, a comunicação, o marketing, a ativação de marcas e a gestão de recursos

humanos.

A colaboração multidisciplinar, o contacto direto com stakeholders (equipas, patrocinadores, fornecedores, voluntários) e a gestão de múltiplos fluxos operacionais demonstraram a complexidade de um evento desportivo de grande escala. A estrutura organizativa da empresa revelou-se funcional e flexível, permitindo uma resposta eficaz à maioria das exigências do evento, embora tenham surgido desafios em áreas como a coordenação de voluntários, entrega de kits, comunicação e logística de alimentação. De forma geral, a experiência reforçou a importância do planeamento estratégico, da gestão de equipas, da clareza comunicacional e da capacidade de adaptação como pilares essenciais para o sucesso na gestão de eventos desportivos. A participação direta em atividades como o planeamento logístico, a coordenação de voluntários, a ativação de marcas e a gestão de imprevistos durante o PRYF evidenciou a importância da articulação entre planeamento e execução. Este equilíbrio entre estratégia e operação, conforme proposto por autores como Masterman (2014) e Chelladurai (2014), revelou-se essencial para a eficácia dos processos e para o alcance dos objetivos organizacionais.

Para além disso, a articulação entre a inclusão social, a responsabilidade ambiental e a inovação tecnológica demonstrada no evento permitiu refletir sobre o papel transformador dos eventos desportivos na sociedade contemporânea. Através de iniciativas como a atividade de rugby adaptado e o uso de garrafas reutilizáveis, foi possível alinhar a atuação da organização com as boas práticas de sustentabilidade e responsabilidade social, conforme sublinhado por Hassan (2011).

O estágio reforçou ainda a importância do trabalho em equipa, da comunicação interpessoal e da gestão eficiente de tempo e recursos. Esta experiência preparou-me para enfrentar futuros desafios profissionais na área da gestão de eventos desportivos, dotando-me de ferramentas teóricas e práticas indispensáveis à excelência no desempenho.

Conclui-se, assim, que o estágio permitiu não só um desenvolvimento profissional significativo, mas também uma contribuição concreta e reconhecida para o sucesso do evento, demonstrando a mais-valia da integração ativa de estagiários no planeamento e execução de eventos desportivos complexos.

## **4.2 Análise dos efeitos e das consequências da intervenção realizada**

A intervenção realizada ao longo do estágio teve repercussões claras tanto ao nível pessoal como organizacional. Do ponto de vista individual, a participação ativa nas diferentes fases do evento proporcionou o desenvolvimento de um conjunto robusto de competências, incluindo a capacidade de planeamento e execução logística, a gestão de tarefas em contexto real, a comunicação eficaz com diferentes stakeholders, bem como a resolução de problemas em tempo útil e sob pressão. As experiências vividas permitiram também reforçar a autonomia, o espírito crítico e a capacidade de adaptação a ambientes exigentes e em constante mudança.

Ao nível organizacional, a intervenção contribuiu para diversas melhorias operacionais e estratégicas. A colaboração no planeamento e na operacionalização de processos como a produção de itinerários, a gestão de kits, o apoio à ativação de patrocinadores e a articulação entre departamentos revelou-se determinante para a fluidez do evento.

Apesar das dificuldades identificadas na reunião pós evento, nomeadamente no que diz respeito à coordenação de voluntários, à distribuição de materiais e à gestão de espaços partilhados, a atuação enquanto estagiário ajudou a antecipar problemas, apresentar soluções e apoiar as equipas em momentos críticos.

Importa ainda realçar que algumas ideias propostas durante o estágio foram concretizadas e tiveram um impacto muito positivo no evento. Um desses exemplos foi a introdução da demonstração de rugby em cadeira de rodas, que promoveu a inclusão e sensibilizou participantes e espectadores para a importância do desporto adaptado, reforçando o carácter social e integrador do PRYF. Outra iniciativa bem-sucedida foi a Mullet Station, uma ativação criativa que captou o interesse do público mais jovem, acrescentando valor à experiência dos participantes e contribuindo para a atmosfera descontraída e festiva do festival. Em termos ambientais, a proposta de utilização de garrafas ECHO reutilizáveis em substituição das garrafas de plástico convencionais representou um passo importante para a sustentabilidade do evento. Esta medida não só permitiu reduzir a produção de resíduos, como também comunicou um posicionamento mais responsável da organização perante os participantes, parceiros e patrocinadores. Assim, conclui-se que a intervenção realizada teve um impacto real e mensurável tanto na qualidade do evento como no desenvolvimento das minhas competências profissionais, demonstrando a relevância da participação ativa dos estagiários na construção de soluções concretas e inovadoras no contexto da gestão de eventos desportivos.

### **4.3 Estabelecimento de perspectivas futuras e sugestões a propor**

A análise crítica da experiência vivida permite apontar algumas linhas de desenvolvimento estratégico e de melhoria contínua para futuros eventos organizados pela Move Sports. Ao nível da organização e operação, torna-se essencial reforçar o planeamento logístico com maior antecedência, nomeadamente no que diz respeito à preparação dos kits, credenciais e refeições. Para garantir maior eficácia durante o evento, recomenda-se ainda a definição de protocolos operacionais detalhados, por escrito, para todas as funções atribuídas ao staff e aos voluntários. Adicionalmente, a criação de uma equipa dedicada exclusivamente à gestão da aplicação e do sistema de live score permitiria melhorar significativamente a componente digital e a experiência dos utilizadores.

No domínio da comunicação e experiência, é fundamental integrar um briefing técnico específico para os elementos externos envolvidos, como seguranças, motoristas e fornecedores de catering, assegurando alinhamento de procedimentos e expectativas. A qualidade sonora nas cerimónias e nas atividades paralelas deve ser igualmente revista, evitando sound checks durante os jogos e assegurando condições técnicas adequadas.

Também a produção gráfica deve ser programada e acompanhada com maior antecedência, minimizando imprevistos e garantindo a qualidade visual do evento.

Em termos de logística e instalações, recomenda-se repensar a localização e a vedação de zonas críticas como o coaches corner, a tenda médica e a área dos expositores, promovendo maior fluidez e segurança. De igual modo, importa reforçar os pontos de recolha de lixo, os locais de hidratação e as vias de evacuação médica, assegurando condições adequadas para todos os intervenientes. A possibilidade de expandir o evento para três dias deve ser considerada, de forma a distribuir melhor o número de jogos e o fluxo de público, promovendo uma experiência mais equilibrada e confortável.

No que respeita à estratégia e sustentabilidade, é recomendada uma aposta mais forte na captação de equipas femininas e internacionais, em especial provenientes de mercados como o norte-americano. Paralelamente, importa reforçar o compromisso ambiental do evento, com ações de sustentabilidade mais evidentes, como a utilização de garrafas reutilizáveis, o controlo eficaz de resíduos e uma política de merchandising mais responsável. Para otimizar a organização e reduzir a carga administrativa, sugere-se ainda o desenvolvimento de um software interno adaptado à realidade da empresa, capaz de automatizar processos e gerir informação de forma mais eficaz.

Por fim, no que toca à gestão de recursos humanos, deve procurar-se uma distribuição mais equilibrada de tarefas entre os membros da equipa, evitando a concentração de responsabilidades em poucos elementos-chave. É igualmente importante assegurar que cargos críticos, sobretudo na área desportiva, não são atribuídos a voluntários, garantindo profissionalismo e fiabilidade. A promoção de entreajuda interdepartamental, de forma planeada e coordenada, será igualmente determinante para o bom funcionamento global da estrutura organizativa.

O estágio na Move Sports representou um marco fundamental no meu percurso académico e profissional, proporcionando uma vivência intensa, desafiante e profundamente formadora. A articulação entre teoria e prática, aliada à possibilidade de contribuir efetivamente para o sucesso de um evento de grande escala, constituiu uma experiência marcante que reforça o meu compromisso com uma atuação profissional ética, competente e orientada para a inovação no setor da gestão do desporto

## Referências:

Biscaia, R., & Correia, A. (2019). *Gestão do Desporto.: Compreender para Gerir. Edições FMH.*

Bowdin, G. A., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O'toole, W., & McDonnell, I. (2023). *Events management.* Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003044963>

Chelladurai, P. (2014). *Managing organizations for sport and physical activity: A systems perspective.* Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315213286>

Masterman, G. (2014). *Strategic sports event management.* Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203114674>

Masterman, G. R. (2004) *Strategic sports event management: An international approach.* Elsevier Butterworth-Heinemann.

Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. (2014). *Sport marketing 4th edition.* Human Kinetics.

Ribeiro, T., & Correia, A. (2022). *Gestão de eventos de desporto: Um Guia para a Gestão.* <https://doi.org/10.34623/pwxr-vj93>

Seymour, A., & Blakey, P. (2021). *Digital sport marketing: Concepts, cases and conversations.* Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315204079>

Shilbury, D., Westerbeek, H., Quick, S., Funk, D., Karg, A., & Dickler, L. (2022). *Strategic sport marketing.* <https://doi.org/10.4324/9781003117483>

Slack, T., & Parent, M. M. (2006). *Understanding sport organizations: The application of organization theory.* Human Kinetics.

Trenberth, L., & Hassan, D. (2011). *Managing sport business.* 7

Yukl, G. (2013). *Leadership in Organizations,* 8th edition. Pearson.

Websites:

Move Sports. (2024). *About us*. Consultado em 14 de abril de 2025,

<https://www.movesports.com/en/>

Portugal Rugby Youth Festival. (2025). *Portugal Rugby Youth Festival*. Consultado em

10 de Março de 2025, de <https://www.portugalrugbyfestival.com/>

**Anexos:**

**1º Anexo: fotografias do PRYF**





## 2º Anexo: Informação geral das equipas participantes

INFO GERAL EQUIPAS - PRYF25

A	B	C	D	E	F	G	H	I
Equipas	Reserva correta	Rooming recebido	Rooming enviada ao hote	reserva para Lo	Atividades extra reservadas	Transportes versao final	Horarios refeição	restrições alimentar
Exeter Athletic	SIM	SIM				SIM	SIM	SIM
Teignmouth	SIM	SIM	SIM			SIM	SIM	SIM
Bromsgrove	SIM	SIM	SIM			SIM	SIM	SIM
Alnwick RFC	SIM	SIM	SIM			SIM	SIM	SIM
Northcote	SIM	SIM	SIM			SIM	SIM	SIM
St. Patrick's HS Keady	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Charleville - RT12	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM
Harrogate RUFC	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Dunvant RFC (Freddy)	SIM	SIM	SIM	SIM		SIM	SIM	SIM
Sandbach GS	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Univ. Granada (Freddy)	SIM	NÃO	NÃO	SIM			SIM	SIM
Blackrock RFC U15	SIM	SIM	SIM	SIM		SIM	SIM	SIM
Westmanstown	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM			
Bangor - RT11	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Canterbury RFC	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM
Blackrock RFC U13	SIM	SIM	SIM	NÃO		SIM	SIM	SIM
alm	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM
Richmond Girls	SIM	NÃO	NÃO	SIM				
Henley	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM
Wath Academy	SIM	SIM	NÃO	NÃO				
Seapoint	SIM	NÃO	NÃO	SIM				

## 3º Anexo: Documento referente a todos os transportes contratados por equipa

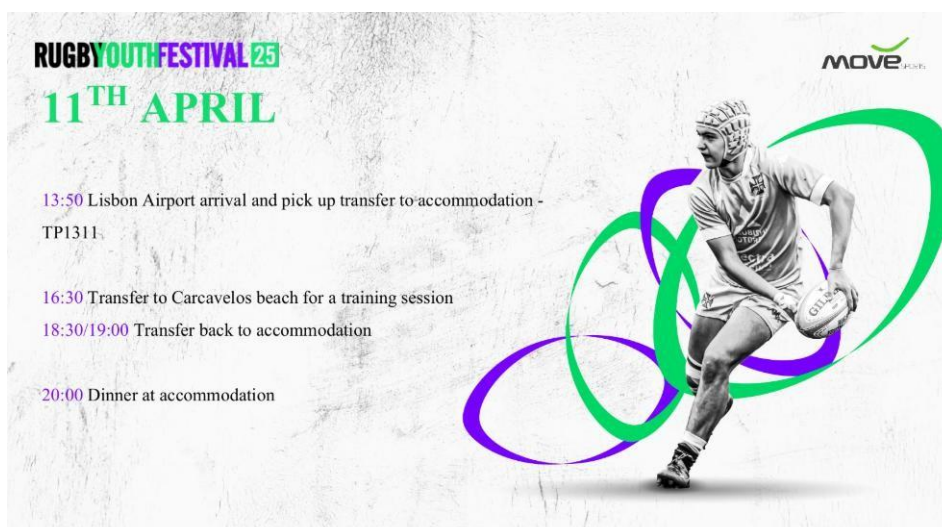
TRANSPORTES PRYF 2025 - MOVE SPORTS

A	B	C	D	E	F	G	
Dia	nº pessoas	Voo	Horas	De	Para	Grupo	
20	11 abril	33	TP1327	8:25	Aeroporto Lisboa	Tryp Caprica	St. Patrick's HS Keady
66	12 abril	33		7:50	Tryp Caprica	Cidade Universitaria	St. Patrick's HS Keady
106	12 abril	33		18:00	Cidade Universitaria	Tryp Caprica	St. Patrick's HS Keady
140	13 abril	33		7:30	Tryp Caprica	Cidade Universitaria	St. Patrick's HS Keady
186	13 abril	33		19:30	Cidade Universitaria	Tryp Caprica	St. Patrick's HS Keady
255	15 abril	33		13:30	Tryp Caprica	Half-day Lisboa	St. Patrick's HS Keady

## 4º Anexo: Documento para cliente de tour desportiva



## 5º Anexo: Itinerário para equipa estrangeira participante do PRYF



## RUGBY YOUTH FESTIVAL 25

### 12<sup>TH</sup> APRIL

MOVE SPORTS

07:10 Breakfast

07:45 Transfer to the tournament

Pick up waters for the day at the accreditation tent

12:00 - 15:00 Lunch at the canteen

19:30 Transfer to the accommodation

20:15 Dinner at accommodation



## RUGBY YOUTH FESTIVAL 25

### 13<sup>TH</sup> APRIL

MOVE SPORTS

#### TO BE CONFIRMED!

- Sunday matches to be determined after Saturday match results
- Tournament kick off 09:00; Last games 19:10

07:10 Breakfast

07:30 Transfer to the tournament

Pick up waters for the day at the accreditation tent

12:00 - 15:00 Lunch at the canteen

19:00 Awards ceremony

19:30 Transfer to the accommodation

20:15 Dinner at accommodation



## RUGBY YOUTH FESTIVAL 25

### 14<sup>TH</sup> APRIL

MOVE SPORTS

08:30 Breakfast

09:00 Transfer to Carcavelos beach for the surfing experience

10:00 - 13:00 Surf experience (1 hour in the water)

Table booked at Tricana Restaurant (own expense) for after surf meal

15:00 Transfer to Benfica Stadium tour

16:00 Benfica Stadium tour

17:30 Return to hostel

19:00 Dinner at accommodation





6º Anexo: Documento de Contacto de Equipas para o torneio Portugal Volleyball Festival

Account Name	Last Name	País	Contacto	Phone	Estado
AD Cierto Prologis		Spain	info@ciertoprologis.com	34 641 10 63 30	mais enviado ao departame
CD Les Flores Sevilla		Spain	cdfl@ciertoprologis.com	34 615 95 50 00	mais Mail
CE Voleibol L'Hospitalet		Spain	info@voleibolce.com	34 615 49 30 97	
Volei Girona		Spain	info@voleigirona.com	34 891 90 07 00	
Club Deportivo FV Fitte Volley		Spain	contacto@fittevolley.com	34 880 59 78 55	
Leleman Conqueridor Valencia		Spain	comunicacion@conqueridorvalencia.com	---	
Voleibol Muralla de Avia		Spain	info@voleibolmuralladeavia.org	---	
CV SUAC Canarias		Spain	suaccanarias@gmail.com	34 891 37 60 32	mais mail
Voleibol Institut Jeanne Reimes		Spain	jeanne@institutjeanne.com	34 83 437 63 01	mais mail
Club Voleibol Ciudadela		Spain	clubvoleibolciudadela@gmail.com	34 971 38 02 03	
San José Vball		Spain	sanjosevball@gmail.com	508 8864 6670	1º enviado
Club Vikings Volei Prat		Spain	vball@vikingsprat.com	34 934 78 75 00	mail: dps: des 17h mais fici
Club Voleibol Sarriena		Spain	coordinacion@voleibolsarriena.com	34 665 64 63 09	
Club Voleibol Móstoles Cvm		Spain	comunicacion@voleibolmostoles.com	34 839 39 38 61	
JB UNIFICADO VOLEIBOL ALCOBORN		Spain	comunicacion@jbvolleyball.com	34 914 86 05 50	
Volley Valparaiso Interior		Spain	info@voleibolvalparaiso.com	---	
Club Deportivo Mágina Maricha Real		Spain	clubvoleibolmagnia.com	---	
Club Voleibol Jaldán		Spain	clubvoleiboljaldan@hotmail.com	---	
Club Voleibol Almería		Spain	clubvoleibolalmeria.com	34 870 17 66 50	1º enviado

## 7º anexo: Folha de calculo para apresentação do preço final às equipas

Breakdown 2025 PVF

Ficheiro Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Extensões Ajuda

100% 123 Prede...

2025 PVF 2025  
Dates: 28 - 29 Junho 2025

Persons: 10 Days: 4 Fixtures: 0 No. Fields/Lanes: 0 Hotel Rate SGL: 90 € HB Supplement: - €  
No. Teams: 1 Nights: 3 Training Sessions: 0 No. Refs/Umpires: 0 Hotel Rate DBL: 35 € FB Supplement: - €

Description	Single Room	Twin Room	6 Room	Quadruple Rooms	Total
<b>Fixed Services</b>					
Meet & Greet at Lisbon Intl. Airport	Included	Included	Included	Included	Included
Accommodation (B&B Basis)	270 €	105 €	- €	- €	1.050 €
Half-Board Supplement	- €	- €	- €	- €	- €
Full-Board Supplement	- €	- €	- €	- €	- €
Airport Transfers	- €	- €	- €	- €	- €
Move Sports Liaison Officer	35 €	34 €	34 €	34 €	119 €
<b>Sport-Oriented Services</b>					
Price per Person					
Tournament Costs	35 €	35 €	35 €	35 €	350 €
Tournament Meals	15 €	30 €	30 €	30 €	300 €
Passé diário x 4 dias	12 €	46 €	46 €	46 €	460 €
Half Day Sintra	- €	- €	- €	- €	- €
Half Day Lisboa	- €	- €	- €	- €	- €
Water Bottles per Person	3.00 €	3 €	3 €	3 €	90 €

2025 hostel Italia Spain girls hostel Copy of Spain girls hostel Sporting Clube das Caldas hostel 2 nights hostel 2025 3\* 2 nights

## 8º anexo: documento para identificação de alojamentos para candidatura

LIGA PORTUGAL 2025

Ficheiro Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Extensões Ajuda

100% 123 Prede...

Hotel	Email	Rating	Distância	Disponibilidade	Preço Single/por pessoa	Preço Double/por pessoa
TRYP by Wyndham Porto Expo	✓	4*	15 min	10 a 13 de julho	100,00€	65,00€
BessolHotel Boavista	✓	4*	2 min	07/07 a 13/07 (3 pac) e 10/07 a 13/07 (13 pac)	148,00€	
TRYP Porto Centro Hotel	✓	3*	14 min			
YOTEL	✓	4*	13 min			
Hotel Avenida Park	✓	3*				
NH Porto Jardim	✓	4*	22 min			
Hotel Porto - Avenida Boavista/Boavista Park	✓	3*	9 min			
Hotel Tivoli Porto	✓	3*	11 min			
Hotel NH Capela Verde	✓	3*	11 min			
Hotel NH Avenida Boavista	✓	3*	11 min			
NH Collection Porto Batalha	✓	4*				
Hotel NH Avenida Boavista	✓	3*	10 min			
WOT Porto	✓	3*	10 min	8 quartos familiares (4 camas) e 0 Duplos		
Hotel NH MM 1307	✓	3*	10 min	14 quartos		
HOTEL SÃO JOSE	✓	3*	20 min	90 (sem opção de staff) e 3 singles		
BURIM OPORTO HOTEL	✓	4*	15 min	13 quartos twins		
Hotel Davari	✓	3*	8 min			
VILA FOZ HOTEL & SPA	✓	4*	16 min			
Hotel Boavista	✓	3*	14 min	21 quartos	114,00 €	140,00 € / 171,00 €
Hotel NH Avenida Boavista	✓	3*	20 min			
Hotel Alados	✓	3*	20 min			

Hotéis Porto Hotéis Barcelos Hotéis Barcelos Julho Hotéis Staff Atividades Turísticas Porto Atividades Turísticas Barcelos Transf